

RADAR FEMINISTA

Medio digital especializado en la geolocalización de organizaciones feministas en Chile
radarfeminista.cl

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
Categoría: Multimedia

JULIETA ROCÍO SALAZAR MATURANA
VALENTINA RENATA CASTILLO SAN MARTÍN

PROFESOR/A GUÍA: LIONEL BROSSI GARAVAGLIA

Santiago de Chile
2024

Agradecimientos

Este proyecto está dedicado a mi papá, Marco, quien me inculcó el gusto por la escritura, la lectura y el deseo de explorar territorios desconocidos. Gracias por estar presente en cada momento, incluso cuando nos separan más de mil kilómetros y las videollamadas son nuestra única forma de comunicación. Agradezco tu enseñanza de que la vida es como el río Laja y que el agua siempre encuentra la manera de superar las piedras en su camino.

A mi mamá, Paola, quien es mi mayor inspiración de superación en la vida. Gracias por calentar mi uniforme antes de ir al colegio y por quedarte hasta tarde haciendo maquetas del sistema solar. Eres la personificación de resiliencia; un ejemplo a seguir cuando parece que no quedan deseos de avanzar. Fuiste quien me enseñó sobre feminismo cuando ni siquiera lo tenías dentro de tus conocimientos.

A ambos, que sin su apoyo y palabras de aliento no hubiese podido vencer las enfermedades físicas y psicológicas que se presentaron durante mi paso por la universidad.

También a mis hermanos, Mateo y Martín, compañeros de interminables viajes en auto hacia los colegios, cuando la escarcha en el pasto de Temuco y Puerto Montt resplandecía con su belleza.

A mis abuelitos de Pataguas Cerro: Ester y Guillermo, quienes me recibieron con los brazos abiertos durante cinco años cuando quería escapar de Santiago. Gracias por esperarme con empanadas, tortillas vegetarianas y huevitos a la copa. Nuestras conversaciones están guardadas en un lugar especial de mi corazón.

A mi abuelita Sonia, mujer de cabellera blanca que me traspasó el gusto por los libros sin siquiera darse cuenta. Cada vez que viajaba a San Vicente robaba uno o dos libros de la biblioteca de la casa y deseaba ser como tú: una apasionada lectora, de buen corazón y con una esencia que irradia tranquilidad.

A mi tata Gastón, quien decidió partir a días de entregar este informe. Gracias por llevarme de paseo en tu auto amarillo y por afirmar con fuerza mi mano para que las olas de Pichilemu no me separen de ti. Fuiste un abuelo maravilloso y espero que estés orgulloso de mí, sea donde sea que se encuentre tu alma.

A Sofí; mi mejor amiga y hermana del corazón. Te agradezco por haberme acompañado a lo largo del desarrollo de este proyecto. Gracias por acogerme en tu departamento cuando llegaba cansada del trabajo, y por regalarme las conversaciones más profundas que he tenido. Conocerme ha sido de las mejores cosas que me han pasado en la vida.

Por último -pero no menos importante- te agradezco a ti, Renata, por ser una gran compañera de proyecto de título. Solo tú sabes lo que significó trabajar desde 2022 en Radar Feminista. Gracias por las enseñanzas, la paciencia y por las grandes ideas que planteaste. Estoy segura que este medio digital quedará por siempre en nuestros corazones. Pero este no es el fin, hay Radar Feminista para rato y seguiremos ejerciendo el periodismo con perspectiva de género que tanto nos apasiona. Mil gracias.

Julieta Rocío Salazar Maturana

*Mi amor no es amor de uno solo
Sino alma de todo
Lo que urge sanar
Mi amor es un amor de abajo
Que el devenir me trajo
Para hacerlo empinar*

- *Silvio Rodríguez*

Con mucho amor le dedico este proyecto a mi bisabuela. Gracias Petita por ser mi ángel, mi consejera, y la mejor maestra que la vida me pudo regalar. Me enseñaste a enfrentar el mundo, sus sabores y sinsabores con templanza y ternura. Aunque hoy ya no te tengo a mi lado, continúas presente en mis pensamientos, acciones y palabras. No sabes cómo me hubiese encantado contarte lo que fueron estos largos y contradictoriamente efímeros cinco años; y poder escuchar tus consejos e historias, tomada de tus suaves y arrugaditas manos que tanto amaba.

A Liliana, mi mamá, mi compañera y más grande confidente, gracias. Gracias por ser mi aliento y mi ruta para sortear todos los obstáculos presentes en el camino. ¿Recuerdas las veces que me leías libros en voz alta? Actuabas y cambiabas el tono de voz, encarnando a todos y cada uno de los personajes que salían en escena. Creo que ese es mi recuerdo favorito de infancia; gracias a este y muchos otros, me contagiaste el amor e interés por los libros y las buenas historias.

Gracias Nua por enseñarnos a mi hermano y a mí a ser seres revolucionarios, conscientes, pero por sobre todas las cosas, empáticos frente a las realidades y dolores ajenos. Y por inculcarnos que ayudar a los demás de forma desinteresada, es un júbilo y una caricia al alma. Siempre admiraré tu inquebrantable resiliencia y valentía. Gracias por protegerme y por enseñarme a ser una mujer autovalente y con principios. Siempre estaré eternamente agradecida y en deuda por todos tus sacrificios que permitieron que yo haya llegado hasta aquí.

A Nicolás, mi hermano, gracias por tu rebeldía y tu humor. Por compartir la buena música y enseñarme que la vida siempre puede ser más llevadera con una canción de Silvio Rodríguez, Pearl Jam, Alice in Chains, o Nirvana de fondo. Gracias por enseñarme que no somos perfectos, que hacemos lo que podemos con las herramientas que tenemos, pero el sólo hecho de intentarlo nos vuelve gigantes.

A Rodrigo, gracias por ser mi oasis y refugio todo este tiempo. Por ser mi recordatorio de que la felicidad puede ser siempre un horizonte permanente en mi vida y que este sólo depende de mí. Gracias por tu paciencia, mansedumbre, cariño y por esos abrazos apretados que tanta calma me transmitieron. Pero sobre todas las cosas, gracias por creer siempre en mí y mis capacidades; y por hacerme confiar en el proceso. Gracias por enseñarme a ser conscientes de que nuestra presencia en la vida de los demás siempre es temporal; y que por lo tanto debemos atesorar, cuidar y disfrutar los momentos que pasamos con quienes nos aportan calidez y amor.

Renata Castillo San Martín

ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1 Feminismo	5
1.1.1 Olas feministas.....	6
1.1.2 Tipos de feminismos.....	11
1.2.3 Feminismo en Chile.....	15
1.2 Prensa hecha por mujeres en Chile	16
1.2.1. Primeras apariciones de las mujeres en la prensa.....	17
1.2.2. Panorama actual.....	19
1.2.3. Ejemplos de medios de comunicación con perspectiva de género.....	21
2. Antecedentes y Justificación	22
2.1 Descripción y pertinencia del proyecto.....	24
2.2 Novedad e importancia del proyecto.....	24
2.3 Objetivos.....	25
2.4 Metodología.....	25
3. Desarrollo del proyecto	26
3.1 Benchmarking.....	26
3.2 Diseño universal.....	30
3.3 Wireframe y Mapa de Contenidos.....	34
3.4 Planificación y Diseño del sitio.....	40
3.5 Estrategia de redes sociales.....	64
3.6 Medición de analíticas.....	67
4. Consideraciones éticas	72
4.1 Disclaimer.....	72
4.2 Seguridad y protección de las organizaciones.....	74
5. Construcción de redes y contenido	74
5.1 Investigación periodística.....	74
5.2 Creación y contenido periodístico.....	76
5.2.1 Organización, reporte y redacción.....	76
5.2.2. Diseño gráfico en redes sociales.....	78
6. Sustentabilidad y Consideraciones finales	82
7. Bibliografía	85
8. Anexos	89

1. Introducción

1.1 Feminismo

Si visualizamos el contexto global del comportamiento de las sociedades a lo largo de los siglos, es complejo situar espacial y temporalmente el momento exacto del surgimiento del feminismo como ideario, no obstante la gran mayoría de los teóricos e historiadores coinciden que el feminismo -al menos como planteamiento teórico, mas no del término “feminismo” en sí- nace a finales del siglo XVIII como un movimiento de carácter social y político que busca la liberación de la mujer históricamente oprimida bajo el yugo del patriarcado. Éste “supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación, y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción” (Segovia et. al, 2018).

El feminismo puede ser catalogado como un impulsor y referente de movimientos de liberación posteriores, entendiendo que éste busca deconstruir la “normalidad” en la que se han forjado e inclusive institucionalizado las relaciones sociales en cuanto a la clasificación o rol que se le impone a los sexos a partir de sus diferencias e identidades. “Esta normalidad representa al varón y al sexo masculino como fuerte e inteligente y, sobre todo, autosuficiente, y a la mujer y al sexo femenino, como frágil, emocional y dependiente” (Pujal y Llombart, 2016). Esta concepción paternalista que genera la regulación de los sexos en base a relaciones de poder está inserta en múltiples esferas de la construcción humana, en cuanto a ámbitos sociales, políticos, económicos, institucionales, raciales y por supuesto comunicacionales, área que en este caso nos atañe.

Esta diversidad de competencias y condiciones en las que se intenta implantar el feminismo como un constante transgresor de las normas tradicionales, estereotipos y definiciones sociales, es en gran parte a lo que apunta este proyecto periodístico, que no es posible analizar sin antes comprender la historia e incidencia que ha tenido el feminismo en los distintos espacios de disputa.

1.1.1 Olas feministas

Feminismos: primera ola

“Mujer, despierta; el rebato de la razón se hace oír en todo el universo; reconoce tus derechos. El potente imperio de la naturaleza ha dejado de estar rodeado de prejuicios, fanatismo, superstición y mentiras. La antorcha de la verdad ha disipado todas las nubes de la necedad y la usurpación. El hombre esclavo ha redoblado sus fuerzas y ha necesitado apelar a las tuyas para romper sus cadenas. Pero una vez en libertad, ha sido injusto con su compañera. ¡Oh, mujeres! ¡Mujeres! ¿Cuándo dejaréis de estar ciegas? ¿Qué ventajas habéis obtenido de la revolución? Un desprecio más marcado, un desdén más visible. [...] Cualesquiera sean los obstáculos que os opongan, podéis superarlos; os basta con desearlo” (Zahonero et al., 2008).

La primera ola del feminismo se remonta a finales del siglo XVIII en el contexto de la Revolución Francesa, hito que trajo consigo luchas relacionadas a las libertades, derechos y a la igualdad jurídica de las personas. Al mismo tiempo, y al percatarse de las desigualdades que vivían, las mujeres francesas comenzaron a abogar por la igualdad de derechos para ambos géneros. La filósofa Amelia Valcárcel, en su texto “La memoria colectiva y los retos del feminismo” (2001); presentado en el marco de la VIII Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe en Lima, Perú, el año 2000; plantea que el feminismo es un hijo no querido de la Ilustración, pues parecía amenazar a los mismos pilares de la nueva respetabilidad burguesa.

La primera ola feminista tiene como hito la reivindicación del derecho internacional a voto de las mujeres. Esta época estuvo marcada por las “sufragistas”, quienes -tras una larga lucha- lograron obtenerlo”.¹

En la publicación “La lucha de las mujeres por el derecho al voto femenino” de Alonso del Val en Amnistía Internacional (2022) se realiza una cronología sobre los periodos en los que se comenzó a autorizar a las mujeres a ejercer su derecho a voto en distintos países de Europa. El primer país en autorizar el sufragio femenino fue Nueva Zelanda el año 1893, en poco más de un década fue seguido por Australia en 1902, Finlandia en el año 1906 -país que además fue el primero en el mundo en permitir la elección de mujeres al Parlamento-, seguido de Noruega en 1913, Dinamarca en 1915, la Unión Soviética en 1917 y finalmente el Reino Unido en 1918. En el continente africano, específicamente en Zimbabwe y Kenia fue reconocido el sufragio femenino en 1919. Mientras que si observamos a América, Estados Unidos lo permitió recién en 1920 y Uruguay fue el primer país del Cono Sur en admitirlo en 1927.

¹ El neofeminismo, o los nuevos feminismos.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-84422022000200177

En esta cronología se realiza un importante alcance sobre a las restricciones que tenía la aprobación del sufragio en función de qué tipo de mujeres podían realmente votar, ya que en muchos de estos países para las mujeres negras y aborígenes -independiente de su sexo- esto fue algo prohibido, en especial en países de Europa y Norteamérica.

El movimiento sufragista tuvo como protagonistas a defensoras de los derechos de las mujeres de todo el mundo. Una de ellas fue la escritora Olympe de Gouges, creadora de la Declaración de derechos de la mujer y de la ciudadana, manifiesto que se sumaba a la Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano escrita durante la Revolución Francesa. Dentro de sus artículos se encontraban:

1. “La mujer nace, permanece y muere libre al igual que el hombre en derechos.
2. El objetivo de toda asociación política es la conservación de los derechos naturales e imprescriptibles de la Mujer y del Hombre; estos derechos son la libertad, la propiedad, la seguridad y, sobre todo, la resistencia a la opresión.
3. El principio de toda soberanía reside esencialmente en la Nación que no es más que la reunión de la Mujer y el Hombre: ningún cuerpo, ningún individuo, puede ejercer autoridad que no emane de ellos.
4. La libertad y la justicia consisten en devolver todo lo que pertenece a los otros; así, el ejercicio de los derechos naturales de la mujer sólo tiene por límites la tiranía perpetua que el hombre le opone; estos límites deben ser corregidos por las leyes de la naturaleza y de la razón.
5. Las leyes de la naturaleza y de la razón prohíben todas las acciones perjudiciales para la Sociedad: todo lo que no esté prohibido por estas leyes, prudentes y divinas, no puede ser impedido y nadie puede ser obligado a hacer lo que ellas no ordenan” (de Gouges, s/f).

Este periodo estuvo marcado por una fuerte presencia de las mujeres en asuntos de participación ciudadana y labores domésticas con una mirada mucho más crítica. “Las mujeres no eran simples espectadoras como pudiéramos imaginar tras la lectura de los libros de historia. El feminismo nació siendo teoría y práctica. Además de los escritos de Olimpia de Gouges y Mary Wollstonecraft, muchas mujeres en aquella época comenzaban a vivir de forma distinta, cuestionando su reclusión obligatoria en la esfera doméstica” (Varela, 2005, p.22).

También tuvo como protagonista a Lucretia Mott, quien participó en la organización de la Convención de Seneca Falls²; Lucy Stone, creadora de la Asociación Americana pro Sufragio de la Mujer³; Elizabeth Cady Stanton, presidenta de la National American

² La Convención de Seneca Falls es considerado el primer movimiento organizado por los derechos de la mujer y por el sufragio femenino en los Estados Unidos. <https://www.schooloffeminism.org/post/lucretia-mott-pionera-del-movimiento-feminista-particip%C3%B3-en-la-convenci%C3%B3n-de-seneca-falls#:~:text=Lucretia%20Mott%20>

³ Memorial al Congreso de la Asociación Americana de Mujeres Sufragistas. <https://www.archives.gov/espanol/recursos-para-docentes/sufragio-femenino/memorial>

Woman Suffrage Association⁴; Susan B. Anthony, creadora de la Asociación Nacional pro Sufragio de la Mujer⁵; y Flora Tristan, escritora, pensadora y feminista francesa⁶.

Feminismos: segunda ola

*“Nunca olviden que solo una crisis política, económica o religiosa será suficiente para que los derechos de las mujeres sean cuestionados”
(Simone de Beauvoir, 1949).*

Aproximadamente, en la década de 1960, nace la segunda ola de los feminismos que tiene por característica grandes movimientos sociales y políticos. La difusión de las ideas feministas fue posible gracias a la voz que aportaron escritoras precursoras de la época, muy en especial Simone de Beauvoir, escritora y filósofa. Un hito que marcó esta época fue la publicación de su libro ‘El segundo sexo’ en Francia, 1949. En su libro, Beauvoir reflexiona sobre la autonomía de las mujeres dentro de la sociedad, y cómo los estereotipos de género limitan su independencia.

“Beauvoir utiliza la categoría de otra para describir cuál es la posición de la mujer en un mundo masculino porque es un mundo donde son los hombres los detentadores del poder y los creadores de la cultura. Esa categoría es universal puesto que está en todas las culturas. Las mujeres son consideradas otras por los varones sin connotación de reciprocidad” (Varela, 2005, p.68). Es a partir de esta problematización que surge su frase tan célebre “no se nace mujer, se llega a serlo”, entendiendo que la forma en que una mujer vive, es educada y condicionada desde que nace, es meramente una construcción social y cultural.

Como consecuencia, se organizaron grupos de mujeres denominadas las “sufragistas”, quienes exigieron su derecho a voto alrededor del mundo. Así es como el presidente John F. Kennedy de Estados Unidos promulgó la Ley de Igualdad Salarial en 1963. Esto, a partir de la lucha de activistas como Esther Peterson, quien presionó al presidente Kennedy en crear la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer. En esta comisión participaron mujeres revolucionarias como Eleanor Roosevelt, primera presidenta de la Comisión de Derechos Humanos y quien -además- tuvo un rol importante en la Declaración Universal de Derechos Humanos. También participó la activista afrodescendiente Dorothy Height, quien presidió por 40 años el Consejo Nacional de Mujeres Negras⁷.

⁴ Elizabeth Cady Stanton. <https://artsandculture.google.com/entity/m0bwm9?hl=es>

⁵ Elizabeth Cady Stanton, poniendo los cimientos del feminismo moderno.

[https://organizaciondemujeres.org/elizabeth-cady-stanton-poniendo-los-cimientos-del-feminismo-moderno/#:~:text=En%201869%2C%20Elizabeth%20y%20Susan,\(American%20Woman%20Suffrage%20Association\).](https://organizaciondemujeres.org/elizabeth-cady-stanton-poniendo-los-cimientos-del-feminismo-moderno/#:~:text=En%201869%2C%20Elizabeth%20y%20Susan,(American%20Woman%20Suffrage%20Association).)

⁶ Flora Tristán. https://www.mujeresenred.net/flora_tristan.html

⁷ Feminismo: La Tercera Ola. <https://www.womenshistory.org/exhibits/feminismo-la-tercera-ola>

Esta ola estuvo marcada por el impacto cultural de las mujeres dentro de la sociedad a nivel político, económico y cultural, especialmente en áreas como la literatura, el arte y la filosofía. Durante esta época, surgieron artistas como Agnès Varda, Adrienne Rich, Audre Lorde⁸, Janis Joplin⁹, entre otras.

Feminismos: tercera ola

"La violencia que muchas mujeres experimentan a menudo está moldeada por otras dimensiones de sus identidades, como la raza y la clase" (Crenshaw, 1989, p.1.242)

Catorce años más tarde de la publicación de Beauvoir -y adentrándonos en la tercera ola del feminismo-, la escritora feminista Betty Friedan publicó "La mística femenina", quien planteó pensamientos filosóficos en torno al feminismo y al cómo las mujeres solo son relegadas al rol de amas de casa. Este libro inspiró a mujeres a tomar protagonismo en otras esferas, como en el trabajo fuera de casa, la política y el poder. Así es como, en 1966 Friedan contribuyó a fundar la Organización Nacional para las Mujeres (NOW), una de las organizaciones feministas más relevantes de Estados Unidos¹⁰.

A partir de ambos textos fundacionales del movimiento, se articularon grupos de mujeres que tenían como fin, las ideas planteadas en sus páginas. Estas se basan en el deseo de ir más allá de los roles domésticos impuestos históricamente y en la búsqueda de oportunidades para su desarrollo profesional e intelectual. "Friedan asegura que la ideología de las personas que iniciaron el movimiento de las mujeres no era ni sexual ni política. Trabajaban bajo la idea de igualdad, de democracia". (Varela, 2005, p. 81)

La tercera ola tomó lugar a fines del siglo XX y estuvo caracterizada por la diversidad, la inclusión, los derechos sexuales y reproductivos, la cultura popular, las nuevas tecnologías, entre otros puntos. Esta nace como una respuesta a las limitaciones que se venían arrastrando de la segunda ola, como la falta de perspectiva interseccional. Mujeres de todo el mundo se manifestaron logrando un fuerte impacto en la opinión pública y en los medios¹¹. Es debido a esta reflexión en torno a la interseccionalidad que surgen corrientes dentro del feminismo, como: socialista, radical, liberal, ecofeminista, ciberfeminista, entre otros.

⁸ Un trayecto por los feminismos fílmicos.

<https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1914.pdf>

⁹ Janis Joplin, el primer gran icono feminista que celebró el 8M.

https://los40.com/los40/2019/01/18/los40classic/1547833740_643899.html

¹⁰ Los feminismos a través de la historia. Capítulo III. Neofeminismo: los años 60 y 70.

<https://www.mujaresenred.net/spip.php?article1311>

¹¹ Feminismo: La Tercera Ola. <https://www.womenshistory.org/exhibits/feminismo-la-tercera-ola>

Grandes referentes de esta ola son: la filósofa Judith Butler, la escritora bell hooks¹², la académica Kimberlé Crenshaw, la activista Gloria Anzaldúa y la filósofa Angela Davis. Por un lado, Judith Butler plantea observaciones en cuanto a las identidades, el sexo y las orientaciones sexoafectivas: “No hay ningún motivo para clasificar a los cuerpos humanos en los sexos masculino y femenino a excepción de que dicha clasificación sea útil para las necesidades económicas de la heterosexualidad y le proporcione un brillo naturalista a esta institución” (Butler, 1990, p.227). Por otro lado, Kimberlé Crenshaw fue una referente en el tema de la interseccionalidad, quien determinó que existen diferentes aristas por las cuales una persona sufre opresiones o discriminaciones, estas se basan en su sexo, género, orientación sexual, estrato social, raza, entre otros factores.

Feminismos: cuarta ola

*“Y la culpa no era mía, ni dónde estaba, ni cómo vestía
El violador eras tú
El violador eres tú
Son los pacos
Los jueces
El estado
El presidente
El estado opresor es un macho violador”.*

Canción “Un violador en tu camino”
(Colectivo Las Tesis, 2021, p.102)

La cuarta ola del feminismo nace en el siglo XXI y está marcada por el surgimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que han sido claves para la organización por parte de los movimientos feministas y en general para las mujeres que se están interesando en participar, ya sea activa o pasivamente, en la lucha por sus derechos básicos. Sobre todo, para visibilizar acontecimientos importantes que los medios tradicionales no muestran o no cubren con enfoque de género. En esta era digital se resalta la importancia que tienen estas herramientas como un aporte a la divulgación del acceso a la información, facilitando los procesos de interacción entre organizaciones, agrupaciones y colectivos con mujeres de otras localidades, países e inclusive continentes.

Durante esta ola de los feminismos se destaca el movimiento #MeToo que comenzó en 2017 a raíz de las acusaciones de abuso sexual contra el productor de cine Harvey Weinstein. Es así como en todo el mundo se viralizó el apoyo mutuo entre mujeres, destapando casos de abuso y acoso. Como consecuencia, en el año 2018, se realizaron

¹² Definió que su nombre y apellido se escribiesen en minúscula para resaltar las ideas planteadas en sus textos.

multitudinarias manifestaciones en las que mujeres exigieron el fin del acoso sexual, de los femicidios y el aborto libre. A esto se le denominó la “marea verde” que se caracterizó por los pañuelos verdes en los cuellos de todas quienes participaron en este hito.

También, como punto importante de la ola, cabe mencionar la performance “Un violador en tu camino” del grupo chileno Las Tesis. Esta visibilizó las violencias ejercidas hacia las mujeres en diferentes ámbitos: en el Estado, en la Iglesia, en los tribunales de justicia, en las policías y en las calles. Esta performance se viralizó globalmente, llegando incluso a París y Nueva Delhi¹³.

En todas y cada una de las olas feministas desarrolladas a lo largo de la historia, surgen diferentes tipos de feminismos que se han ido adaptando a partir de las vivencias y demandas que tienen como raíz, cuestiones relacionadas -en su mayoría- a la violencia patriarcal, clases sociales y orígenes raciales.

1.1.2 Tipos de feminismos

Debido a que Radar Feminista agrupa distintas organizaciones y visiones, es crucial mencionar algunas tipos de feminismos presentes en la actualidad. Tal como se planteó durante la tercera ola de los feminismos, la diversidad de corrientes eran tantas como lo son las mujeres, y es en esta época cuando nacen distintas miradas y formas de articular el movimiento. Unas cuantas de estas se denominan: feminismo radical, feminismo liberal, ecofeminismo, transfeminismo, feminismo afrodescendiente, feminismo territorial, entre otros. Todas estas, con visiones particulares de analizar el sistema y la historia patriarcal.

- **Feminismo radical:** Esta corriente se desarrolló entre 1967 y 1975, y tuvo dos libros como base: Política sexual (1969) de Kate Millett¹⁴ y La dialéctica del sexo (1970) de Sulamith Firestone¹⁵.

Se caracteriza por sostener que la desigualdad social es el patriarcado, haciendo hincapié en las relaciones de opresión entre los sexos, y teniendo como meta la liberación sexual y la abolición del patriarcado. “Para las radicales, no se trata

¹³ ‘Un violador en tu camino’ llega a una India conmocionada por las últimas violaciones.
https://elpais.com/elpais/2019/12/07/album/1575739202_520427.html

¹⁴ Lo personal es político: el surgimiento del feminismo radical. Kate Millet.
<https://www.mujaresenred.net/spip.php?article2061>

¹⁵ La dialéctica del sexo.
<https://www.legisver.gob.mx/eguidadNotas/publicacionLXIII/Shulamith%20Firestone%20-%20La%20dialectica%20del%20sexo.pdf>

sólo de ganar el espacio público (igualdad en el trabajo, la educación o los derechos civiles y políticos) sino también es necesario transformar el espacio privado” (Varela, 2005, p. 85).

La libertad sexual fue su bandera, al igual que la frase “lo personal es político”¹⁶, llegando a realizar manifestaciones rupturistas para la época como cuando -en 1958- el Movimiento de Liberación de la Mujer de Estados Unidos organizó una marcha contra la celebración del controversial concurso Miss América. “Querían romper con el tradicional modelo de feminidad y reivindicar la diversidad de las mujeres y de sus cuerpos” (Varela, 2005, p. 86).

- **Feminismo liberal:** Esta corriente nació en la década de los sesenta y tuvo como protagonista a la escritora feminista Betty Friedan, con la publicación de su libro “La mística de la feminidad” y la creación de la Organización Nacional para las Mujeres (NOW), mencionados en el capítulo anterior.

Se distingue por su enfoque en la desigualdad de las mujeres, en lugar de la opresión y explotación, y aboga por la reforma del sistema para alcanzar la igualdad de género. Las feministas liberales inicialmente identificaron la exclusión de las mujeres de la esfera pública como el problema principal y promovieron cambios que favorecieron su participación en el mercado laboral¹⁷.

- **Ecofeminismo:** Surge en 1997, cuando Vandana Shiva y María Mies publican “Ecofeminismo”, un libro que plantea que los mecanismos económicos, políticos, epistemológicos y simbólicos de la sociedad sostienen un modelo biocida, y que esta explotación ecológica va de la mano con la opresión que viven las mujeres dentro del sistema patriarcal. “A partir de su trabajo, se revela que la subordinación de las mujeres a los hombres y la explotación de la naturaleza son dos caras de una misma moneda” (Escuela de Regeneración, s/f).

Otra precursora de esta corriente es la bióloga Rachel Carson, quien -en 1962- publicó “Primavera silenciosa”, libro que alertaba sobre la toxicidad de los pesticidas al medioambiente y a la humanidad. “Sostengo, asimismo, que hemos permitido que esos productos químicos sean usados con poca o ninguna investigación previa de sus efectos en el suelo, el agua, la vida silvestre y en el propio hombre. Las generaciones futuras difícilmente perdonarán nuestra falta

¹⁶ ¿Qué significa la expresión feminista “lo personal es político”? https://www.clarin.com/cultura/significa-expresion-feminista-personal-politico_0_iRpg2k9_Z.html

¹⁷ Los feminismos a través de la historia. Capítulo III. <https://www.mujaresenred.net/historia-feminismo3.html>

de preocupación prudente por la integridad del mundo natural que sostiene toda la vida” (Carson, 1962, p.13).

- **Afrofeminismo:** Esta corriente nace como consecuencia del Movimiento por los derechos civiles durante la segunda ola de los feminismos; marcado por la lucha para la liberación de las mujeres negras, el fin del racismo y del sexismo, comprendiendo diferentes maneras de opresión.

En el capítulo "Jeopardy: To Be Black and Female" de la antología "The Black Woman" (1970) la activista política Frances M. Beal examina detalladamente las experiencias de las mujeres afroamericanas durante el movimiento feminista. En su ensayo, Beal reconoce que existe una explotación específica que enfrentan las mujeres negras en la sociedad.

Dentro de sus precursoras, también se destacan: Angela Davis; filósofa, política marxista, activista afrodescendiente y profesora¹⁸; quien en 1981 escribió uno de los textos fundacionales del afrofeminismo: "Mujeres, raza y clase"; Betty Friedan, quien -como se mencionó en el apartado de feminismo liberal- fundó NOW una de las organizaciones feministas más relevantes de Estados Unidos; bell hooks, escritora y activista, quien ha escrito más de 30 libros abarcando temas como la educación, la raza, la cultura política y el feminismo¹⁹, entre ellos "Ain't I a Woman?: Black Women and Feminism" y "Feminist Theory: From Margin to Center".

- **Transfeminismo:** Esa corriente radica en la necesidad de interseccionar las múltiples opresiones que viven las mujeres trans y personas con género disconforme, entendiendo que experimentan distintas realidades. "El transfeminismo es principalmente un movimiento creado y dirigido por mujeres trans que ven su liberación intrínsecamente vinculada a la liberación de todas las mujeres y más allá" (Koyama, 2001, p.1).

Surge -como concepto- en 1992 cuando Diana Courvant; mujer transgénero y fundadora de Survivor Project -iniciativa que abordó las necesidades de les sobrevivientes trans e intersex ante diferentes tipos de violencias-²⁰; lo nombra en un evento de la Universidad de Yale. Ocho años más tarde, junto a Emi

¹⁸ Angela Davis (1944). <https://mujeresbacanas.com/angela-davis/>

¹⁹ bell hooks (1952). <https://mujeresbacanas.com/bell-hooks-1952/>

²⁰ Manifiesto Transfeminista por Emi Koyama. <https://otdchile.org/manifiesto-transfeminista-por-emi-koyama/>

Koyama, lanza el sitio web trasfeminism.org (sitio discontinuado), creado para difundir el término en la academia y para vincular a quienes estuvieran trabajando alrededor del tema. Todo esto con el fin de crear una antología de los transfeminismos.

Otras de sus precursoras se encuentran: La activista estadounidense Sylvia Rivera, quien luchó por el espacio de las drag queens y trans dentro de la sociedad y dentro de la comunidad LGBTQIA+²¹; y le activiste y escritore Leslie Feinberg²², quien escribió importantes libros sobre las transidentidades, como “Stone Butch Blues” y “Trans liberation: beyond pink or blue”.

➤ **Ciberfeminismo**

Tomando en cuenta la modalidad digital del proyecto Radar Feminista, es sumamente importante detallar la corriente del ciberfeminismo. Éste surgió a finales de 1990, con el desarrollo del Internet y el surgimiento de las nuevas tecnologías. A partir de esta década, las mujeres comenzaron a usar la digitalización como un espacio de discusión y protesta.

Una de sus grandes referentes es la filósofa y teórica feminista, Donna Haraway, quien -adelantada a su época- publicó “Manifiesto Cyborg” en 1984. En este se aborda la relación de la tecnología, el género y las identidades. “Las tecnologías de las comunicaciones y las biotecnologías son las herramientas decisivas para darle nuevas utilidades a nuestros cuerpos. Estas herramientas encarnan y ponen en vigor nuevas relaciones sociales para las mujeres a través del mundo” (Haraway, 1984).

Los feminismos, desde diferentes lugares del mundo, han utilizado de forma exponencial el uso del Internet y las redes sociales. Así como se explicó en el capítulo “Feminismos: Cuarta ola”, lo fue el caso de la protesta virtual conocida como #MeToo en 2017. En “Mayo feminista. La rebelión contra el patriarcado”, Faride Zerán (2018) observa que -incluso en Chile- las nuevas tecnologías fueron de gran importancia durante mayo de 2018, cuando se desataron múltiples casos de acoso y abuso sexual en el ámbito universitario.

En la misma línea, Radar Feminista se encarga de visibilizar el activismo que realizan mujeres provenientes de todas las regiones de Chile, quienes también

²¹ Sylvia Rivera (1951 – 2002). <https://mujeresbacanas.com/sylvia-rivera-1951-2002/>

²² Leslie Feinberg, una luchadore transgénero. <https://otdchile.org/leslie-feinberg-une-luchadore-transgenero/>

forman parte de la corriente ciberfeminista que hoy vivimos, como una alternativa para difundir su trabajo.

Un ejemplo de esto es el caso de ONG Amaranta, quienes afirman tener una mirada permanente y crítica hacia las temáticas de Género, Tecnología, Diversidades y Derechos Humanos²³. En su sitio web y redes sociales se comparten maneras de aumentar la ciberseguridad, y se realizan investigaciones respecto a la violencia política, sexual y digital en Chile.

1.2.3 Feminismo en Chile

Desde la primera mitad del siglo XX se comenzó a articular, en Chile, el Movimiento Pro Emancipación de la Mujer Chilena (MEMCH)²⁴, que luchó por la igualdad jurídica y política, y por el acceso paritario al mercado laboral entre hombres y mujeres.

Luego, durante la dictadura militar de 1973, muchas mujeres se organizaron y participaron en comités de resistencia a la dictadura. A partir de 1980 se formaron organizaciones como Las Domitilas y el Movimiento de Mujeres Pobladoras (MOMUPO), que formaron extensas redes con múltiples organizaciones territoriales de mujeres²⁵.

Desde 1990 se fundaron agrupaciones que se encargaron de temas como la violencia intrafamiliar, el acoso callejero o la representación femenina²⁶. En la actualidad, el movimiento feminista ha tomado fuerza en el país, considerándose un referente a nivel latinoamericano y mundial. En 2018 surgió -desde colegios y universidades- una ola feminista que exigía tomar medidas frente a profesores y estudiantes acusados de abuso sexual, la eliminación del sexismo de la educación, la realización de cambios en las mallas curriculares con perspectiva de género, y capacitaciones sobre igualdad de género²⁷.

Algunas de las organizaciones feministas chilenas más conocidas actualmente son:

²³ ¿Qué es Amaranta? <https://amarantas.org/que-es-amaranta/>

²⁴ La Fundación del MEMCH. <https://www.archivonacional.gob.cl/la-fundacion-del-memch>

²⁵ Movimiento Feminista durante la dictadura (1973-1989). <https://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-92915.html>

²⁶ Feminismo en Chile: Las organizaciones de mujeres que han impulsado el movimiento. <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2018/06/06/908785/Recorrido-historico-por-el-feminismo-chileno-Como-se-gesto-el-movimiento-que-hoy-volvera-a-marchar-por-la-Alameda.html>

²⁷ La ola feminista que remece a Chile: un movimiento social contra el acoso y la violencia de género. <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2018/05/24/la-ola-feminista-que-remece-a-chile/>

- Coordinadora Feminista 8M²⁸
- La Rebelión del Cuerpo²⁹
- Red Chilena Contra la Violencia Hacia Las Mujeres³⁰
- Asociación de Abogadas Feministas (Abofem)³¹
- Corporación Miles Chile³²
- TREMENDAS³³

1.2 Prensa hecha por mujeres en Chile

En nuestro país la prensa se ha caracterizado por estar, principalmente, en manos de los hombres durante siglos. Situación que se replica y se enseña en espacios como, por ejemplo, el sistema educativo. Sin embargo, existen grandes referentes al momento de hablar de mujeres, que sin haber sido periodistas y/o profesionales de la comunicación, realizaron un trabajo de prensa adelantado a su época. Fue gracias a los medios de comunicación que mujeres -desde distintos frentes- participaron en el debate político de la época, opinaron a través de la palabra escrita e incluso impulsaron nuevos temas de reflexión.

“Palabra tras palabra, escriben desde la vulnerabilidad; mancomunan sus fuerzas a medida que piensan el lugar que ocupan como mujeres en la vida y la lucha política al mismo tiempo crean un medio propio para movilizar esta escritura”.

(Colectivo Catrileo+Carrión, 2018, p. 14)

²⁸ Sitio web de Coordinadora Feminista 8M. <https://cf8m.cl/>

²⁹ Instagram de La Rebelión del Cuerpo. <https://www.instagram.com/larebeliondelcuerpo/>

³⁰ Sitio web de la Red Chilena Contra la Violencia Hacia Las Mujeres.

<https://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/>

³¹ Sitio web de la Asociación de Abogadas Feministas. <https://abofem.cl/>

³² Sitio web de la Corporación Miles Chile. <https://mileschile.cl/>

³³ Sitio web de TREMENDAS. <https://tremendas.org/>

1.2.1. Primeras apariciones de las mujeres en la prensa

Las primeras apariciones de las mujeres en la prensa -tanto como directoras, escritoras, editoras o reporteras- se remontan a mediados del siglo XIX. Este es considerado el primer periodo de prensa femenina. Durante este periodo se destacó “El Eco de las Señoras de Santiago” (1865) que “dirigido por un grupo anónimo de señoras de la élite santiaguina, tuvo como propósito oponerse a la reforma que quería suprimir al artículo cinco de la Constitución de 1833, que establecía la exclusividad de la religión católica. Esta publicación de carácter político circuló semanalmente e incluyó entre sus contenidos artículos, cartas y comentarios de leyes” (Prensa de Mujeres Chilenas, 2018).

El segundo periodo de prensa femenina se desarrolló durante 1900-1920³⁴. Esta época fue conocida como “La explosión de las voces”. Se caracterizó por la producción - autogestionada- de prensa política organizada por mujeres de todos los estratos sociales. Además representó la emergencia de un nuevo fenómeno social, con el objetivo de posicionar a las mujeres como sujetas sociales y con opinión.

Desde la perspectiva más conservadora, existieron producciones autogestionadas, como el periódico “El Eco de la Liga de Damas Chilenas” (1912-1915) que publicó noticias, artículos de actualidad, artículos de opinión, cartas de lectoras, cuentos y avisos económicos. “Esta publicación fue órgano de la Liga de Damas Chilenas, asociación de mujeres católicas de la elite” (Prensa de Mujeres Chilenas, 2018). Otro ejemplo de esta visión conservadora fue la revista “Hacia el Ideal” de la Asociación Católica de la Juventud Femenina (1923-1928) al mando de la directora Teresa Ossandón. Con una publicación mensual, la revista tenía como fin “instruir moral e intelectualmente a las socias, manteniendo los preceptos de la mujer católica y promover las diversas iniciativas de la asociación” (Prensa de Mujeres Chilenas, 2020). Ambos medios se caracterizaron por estar al mando de organizaciones femeninas conservadoras y católicas de élite.

Por otro lado, desde una perspectiva feminista obrera, existieron diversas producciones de prensa autogestionadas, como: “La Aurora Feminista” (1904), “La Alborada” (Valparaíso, 1905-1907), “La Palanca” (Santiago, 1908), entre muchas otras. “Leer estos textos en el presente, asumirlos como contemporáneos, es precisamente posicionarse desde una perspectiva crítica para nuestro contexto político actual, una

³⁴ La explosión de las voces. <https://prensademujeres.cl/periodo-1900-1920/>

suerte de brújula o invocación para entrar en ese reverso oscuro de lo contemporáneo (Colectivo Catrileo+Carrión, 2018, p. 18).

“La Aurora Feminista”, dirigida por Eulogia Aravena Zamorano, tuvo como objetivo “defender los derechos de la mujer, incluyendo entre sus contenidos: artículos de análisis de la condición de las mujeres abarcando temas como la educación, la calidad de los empleos y la prostitución” (Prensa de Mujeres Chilenas, 2018). Tal como el resto de la prensa escrita por mujeres, existe poca documentación de esta. “Al analizar un periódico como La Aurora Feminista, con la categoría de género no se niega la exclusión de las mujeres de la política formal, sino que se da cuenta de ella; además expresa cómo las mujeres jugaron con los roles de género establecidos para dar cuenta precisamente del encasillamiento en el que vivían” (Montero, 2015). Este tipo de prensa da cuenta, no sólo del lugar en el que se posicionaron discursivamente las mujeres en aquella época sino también de su autoconciencia en la posición que ocupaban dentro del orden social, buscando mejores condiciones de vida.

Por otro lado pero en la misma línea, “La Alborada”, dirigida por Carmen Jeria, se instaló como una prensa contestataria feminista muy adelantada a su época. “En este periódico se incluyeron artículos de información, de opinión, noticias desde provincia, poemas, textos literarios y cuentos breves”. (Prensa de Mujeres Chilenas, 2018). En su primera edición se declaró: “Nace a la vida periodística La Alborada, con el único y exclusivo objeto de defender la clase proletaria y muy en particular a las vejadas trabajadoras (...) Debe, pues, la mujer tomar parte en la cruenta lucha entre el capital y el trabajo e intelectualmente debe de ocupar un puesto, defendiendo por medio de la pluma a los desheredados de la fortuna, a los huérfanos de la instrucción contra las tiranías de los burguesotes sin conciencia” (Colectivo Catrileo+Carrión, 2018, p.25).

Las reflexiones escritas en “La Alborada” tomaron lugar en “La Palanca”, dirigida por Esther Valdés. Este periódico fue la revista oficial de la Asociación de Costureras “Protección, Defensa y Ahorro” y realizó una crítica aún más profunda al sistema patriarcal, cuestionando la relación que las mismas mujeres tenían con este. “Es verdad que siglos de ignorancia i esclavitud han ido acumulando sobre nuestra jeneración, espesas capas de inconsciencia i funesto letargo; i tan arraigada está en nuestra condición de mujer, la creencia que nuestra esclavitud es cosa natural en inherente – que creemos tendremos que sostener ruda lucha, dentro de nuestro sexo, para convencernos de lo indigno i despreciable de nuestra condición actual; i que debemos emplear toda nuestra energía, para llegar a conquistar en la Sociedad el puesto que por derecho natural nos corresponde” (Colectivo Catrileo+Carrión, 2018, p. 185).

Si bien no existe mucha documentación de prensa escrita por mujeres durante la época mencionada, fue el impulso requerido para que hoy sea posible la existencia de revistas, periódicos, radios, programas de TV, e incluso carreras de comunicaciones y periodismo que tengan por protagonistas a mujeres. Ellas fueron las pioneras en la prensa con perspectiva de género, fueron quienes alzaron la voz y marcaron pautas rupturistas al no conformarse en ser lectoras. Fueron más allá y formaron las bases de lo que hoy llamamos periodismo feminista.

1.2.2. Panorama actual

El panorama de la prensa hecha por mujeres ha avanzado desde sus inicios, en el siglo XIX. Actualmente hay mujeres periodistas levantando pautas de todo ámbito en radios, medios digitales, escritos y televisión. La prensa ya no se limita exclusivamente a los hombres, y son las mujeres quienes proponen nuevas perspectivas y formas de tratar las noticias. A diferencia de las primeras apariciones de las mujeres en la prensa mencionadas en el capítulo anterior, la presencia de ellas en la prensa actual es mucho más valorada. Esto último debido a que antiguamente muy pocas de sus publicaciones se documentaron, en contraste con las realizadas por hombres.

En cuanto al interés por estudiar carreras relacionadas a la prensa en Chile, las estadísticas de la carrera de periodismo rescatadas de sitio Mifuturo.cl³⁵ del Ministerio de Educación demuestran que, de un total de 1.222 titulados/as del 2021, 680 son mujeres. Por otro lado, para el 2018, en la Facultad de Comunicación e Imagen un 56% de las estudiantes se declaró parte del género femenino³⁶. Estas cifras plantean que quienes se interesan en trabajar en torno al periodismo ya no son en su mayoría, hombres.

Pese a este nuevo panorama en la prensa, existe discriminación en las salas de redacción³⁷. En efecto, hasta el 2019, sólo había una directora de medios, mientras que los puestos de editores siguen siendo espacios principalmente masculinos³⁸. Por otro lado, al momento de reportear, las mujeres experimentan acoso sexual de manera recurrente. Un ejemplo de esto, es el episodio que experimentó la periodista Marianela Entrada en la cobertura de prensa del 20 de septiembre de 2019 en Chilevisión, cuando

³⁵ Estadísticas por carrera: Periodismo. <https://www.mifuturo.cl/buscador-de-estadisticas-por-carrera/>

³⁶ ¿Sabías qué? Facultad de Comunicación e Imagen. <https://fcej.uchile.cl/facultad/sabias-que>

³⁷ Mujeres periodistas y salas de redacción. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/Mujeres22-es.pdf>

³⁸ Este 8M periodistas feministas nos sumamos a la huelga. <https://mujeresenelmedio.org/2019/03/08/este-8m-periodistas-feministas-nos-sumamos-a-la-huelga/?fbclid=IwAR2gBmDhKBIfdYf04331cHNQDI2TuFRs0HPG1gpk07uwx71xupHaqXjupjA>

en pleno reporteo de las fondas realizadas en el Estadio Nacional fue acosada por desconocidos, durante las celebraciones de fiestas patrias³⁹.

Con el fin de derrumbar este tipo de prácticas sexistas en los medios de comunicación, han surgido organizaciones y redes de mujeres periodistas como la Red de Periodistas y Comunicadoras Feministas (Redperiofem)⁴⁰ y Mujeres en el Medio⁴¹.

La primera es una articulación que “busca visibilizar las desigualdades de género en los medios de comunicación para avanzar en la transformación de las condiciones del ejercicio del periodismo, hacia un periodismo feminista, medios no sexistas y con enfoque de derechos humanos. La RED funciona con una estructura descentralizada, autónoma entre enlaces y/o integrantes (individual o grupal), respetuosa, horizontal, abierta, flexible e incluyente” (Radar Feminista, 2023). Esta se caracteriza por realizar encuentros y declaraciones en torno al patriarcado dentro de los medios de comunicación. La segunda es una agrupación compuesta por mujeres periodistas vinculadas a los medios de comunicación: “Nos articulamos desde diversos espacios para generar una crítica de medios con enfoque de género y feminista” (Mujeres en el Medio, s/f). Además de ser una agrupación, ésta también funciona como medio de comunicación donde se comparten notas periodísticas y documentos que abordan temas de género.

Uno de los grandes desafíos de las mujeres en torno a la prensa, es la cobertura y el lenguaje utilizado en reportajes y notas periodísticas. Sobre esto, en la Columna de Opinión “Prensa Machista” publicada por el medio Puro Periodismo, Lorena Valderrama (2020) explica que “el sexismo con el que se construyen e informan las noticias, no sólo refleja lo que las personas en general, y los periodistas en particular, piensan sobre las mujeres, si no que también normaliza conductas y actitudes”. Ejemplos de estas prácticas se observan en el uso de titulares como “El amor y los celos la mataron”⁴² o “Hizo anticucho con la polola”⁴³. Con el fin de combatirlo, se han creado diversos manuales y guías para enseñar el correcto tratamiento periodístico respecto a género y

³⁹ Periodistas chilenas condenan el acoso sexual en vivo y en directo que sufrió reportera de Chilevisión. <https://www.elmostrador.cl/braga/2019/09/23/periodistas-chilenas-condenan-el-acoso-sexual-en-vivo-y-en-directo-que-sufrio-reportera-de-chilevision/>

⁴⁰ Radar Feminista: Red de Periodistas y Comunicadoras Feministas (Redperiofem). <https://radarfeminista.cl/directory/red-de-periodistas-y-comunicadoras-feministas-de-chile-redperiofem/>

⁴¹ Sitio web de Mujeres en el Medio. <https://mujeresenelmedio.org/>

⁴² Colegio de Periodistas condena titular de La Cuarta: «Ese lenguaje naturaliza el femicidio». <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/03/10/colegio-de-periodistas-condena-titular-de-la-cuarta-ese-lenguaje-naturaliza-el-femicidio/>

⁴³ La Cuarta ante femicidio frustrado: "Hizo anticucho a la polola". <https://www.izquierdadiario.es/La-Cuarta-ante-femicidio-frustrado-Hizo-anticucho-a-la-polola>

diversidades. Algunos de estos son: "Guía de Medios no Sexistas"⁴⁴, "Por un periodismo no sexista: Pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile"⁴⁵ y "Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género"⁴⁶.

1.2.3. Ejemplos de medios de comunicación con perspectiva de género

- Revista Emancipa⁴⁷: Creada en 2017, esta se enfoca en los feminismos provenientes desde el sur de Latinoamérica (Argentina, Chile, Paraguay y Colombia), centrándose principalmente en pautas que abordan temas culturales como poesía, cine, teatro y literatura. Su visión es interseccional y se enfoca en las diversidades sexogenéricas⁴⁸. En su sitio web se distingue un apartado de "Mujeres Destacadas" y "Agenda Feminista", lo que recalca su línea editorial.
- Catálogo Revista⁴⁹: Creada en 2022 por seis mujeres, la revista forma parte de Catálogo Colectiva; un espacio de activismo de lectura, autoformación, investigación y aprendizaje feminista⁵⁰. Si bien no es un medio de comunicación centrado en artículos de prensa como notas periodísticas y reportajes, esta cumple con el objetivo de informar desde una visión feminista.
- Voz Indómita⁵¹: Desde la Región de Atacama, tres mujeres periodistas crearon este medio digital con el fin de informar acerca de la cultura atacameña. Esto, a través de crónicas, entrevistas, podcast, columnas de opinión y fotorreportajes. "Apostamos a la búsqueda de algo que tenemos en común, y a la calidad, a ese periodismo reposado que pareciera estar tan a contrapelo de la época" (Voz Indómita, 2022).

⁴⁴ Guía de Medios no Sexistas. <https://mujeresenelmedio.org/wp-content/uploads/2018/05/Guia-Medios-No-Sexistas.pdf>

⁴⁵ Por un periodismo no sexista: Pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile. <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1UQRyR2htKSbOPsJOqLRNXkQycwXulHc6>

⁴⁶ Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género.

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1UQRyR2htKSbOPsJOqLRNXkQycwXulHc6>

⁴⁷ Sitio web de Emancipa. <https://revistaemancipa.org/>

⁴⁸ Emancipa. <https://revistaemancipa.org/emancipa-3/>

⁴⁹ Sitio web de Catálogo Revista: <https://www.catalogacolectiva.org/cat%C3%A1loga-revista>

⁵⁰ Sitio web de Catálogo Colectiva: <https://www.catalogacolectiva.org/>

⁵¹ Sitio web de Voz Indómita. <https://vozindomita.cl/>

2. Antecedentes y Justificación

Los tipos de feminismos son tan plurales como las comunas de Chile. De acuerdo con lo mencionado en el capítulo anterior, estos movimientos se remontan a finales del siglo XVIII durante la Revolución Francesa en Europa y a la primera mitad del siglo XX en Chile, con la articulación del MEMCH.

La articulación feminista está -actualmente- presente en las 16 regiones del país, desde la Región de Arica y Parinacota hasta la Región de Magallanes, como es el caso de algunas organizaciones feministas que trabajan nacionalmente⁵². Sin embargo no existe un catastro oficial que especifique su trabajo, sus integrantes y contactos.

Las organizaciones, colectivos, agrupaciones y fundaciones feministas de Chile trabajan en distintas áreas, las que hemos logrado identificar hasta ahora como: violencias; derechos sexuales y/o reproductivos; asesorías y/o orientación; diversidad, expresión de género e inclusión; educación, arte, cultura y recreación; ruralidad, etnia y migración; profesionales; mujeres y política; memoria y DDHH; niñez y/o juventudes; mujeres y ciencia; y datos, estadísticas e investigación. Todas estas áreas fueron definidas para catalogar y ordenar el contenido de nuestro proyecto.

En este contexto, y comprendiendo la falta de acceso a la información que existe en esta área, decidimos levantar el proyecto multimedia **Radar Feminista**: un medio digital con perspectiva feminista que cuenta con una sección de actualidad donde se publica contenido relevante y contingente del país en materia de género.

Actualmente existe, en Chile, una centralización de información sobre las redes de apoyo y organizaciones feministas que trabajan en materia de género, dejando al debe a quienes habitan en regiones alejadas a la Metropolitana. Esta aseveración fue posible evidenciar tras la culminación del proyecto y el registro de organizaciones en nuestro mapa donde, de un universo de 104 puntos geográficos⁵³ que marcan la presencia de organizaciones registradas en Radar Feminista, el 40,38% (42 organizaciones) se concentra en la Región Metropolitana; inclusive aquellas agrupaciones que definen poseer una cobertura de carácter nacional, en su mayoría, residen en la ciudad de Santiago.

Si bien existen medios de comunicación que buscan aportar con un tratamiento de carácter feminista o al menos con una mirada con perspectiva de género, aún existen limitaciones en cuanto al tipo de pautas o líneas editoriales en las que se enmarcan. Tal

⁵² Mapa de organizaciones feministas de Radar Feminista. <https://radarfeminista.cl/mapa/>

⁵³ Mapa de Radar Feminista. <https://radarfeminista.cl/mapa/>

es el caso del El Mostrador Braga⁵⁴, medio periodístico que nace del alero de El Mostrador, y que por lo tanto se rige bajo la línea editorial del medio principal. Además, no posee un portal de noticias propio, sino más bien está anclado como una simple categoría.

Caso similar sucede con medios como Paula⁵⁵ perteneciente a La Tercera, que nada tiene que ver a los orígenes de la revista y mucho menos a sus creadores. En este medio se entremezclan titulares que tratan temas como la brecha de género; por ejemplo, con una nota publicada el 20 de noviembre “Fundación Fënn: “Trabajamos para eliminar las barreras que existen al momento de formar una familia”⁵⁶ con otros titulares que poco suman a la lucha feminista, y que estigmatizan la discusión de vínculos amorosos y el romanticismo como temas exclusivos de mujeres. Así también es el caso de la nota de la sección “Amor” del mismo medio, publicada el 13 de noviembre denominada “Abrir la relación de pareja”⁵⁷.

Estos elementos marcan la diferencia con el tipo de contenido que Radar Feminista desea lograr, diferenciándose de los demás medios catalogados “para mujeres”.

Parte de los objetivos del medio, consiste en delimitar por tema o área de trabajo a las organizaciones feministas, siendo más fácil para las mujeres encontrar a su organización. Al agruparlas, tenemos como objetivo: visibilizar y comunicar -a su vez- el trabajo realizado por todas estas agrupaciones, fortaleciendo el vínculo con sus respectivas usuarias y exaltando su aporte, muchas veces invisibilizado a la hora de ejercer por ejemplo, políticas públicas.

Dicha información no refiere necesariamente al hecho que no exista una articulación en las demás regiones del país, sino que existe una falta de conexión entre las organizaciones que residen fuera de la Región Metropolitana.

Es por esto que, en la era digital, sabemos la importancia que estas herramientas aportan para ayudar a divulgar información y facilitar los procesos de interacción entre organizaciones, agrupaciones y colectivos con las mujeres del resto del país.

⁵⁴ El Mostrador Braga. <https://www.elmostrador.cl/braga/>

⁵⁵ La Tercera: Paula. <https://www.latercera.com/canal/paula/>

⁵⁶ Fundación Fënn: “Trabajamos para eliminar las barreras que existen al momento de formar una familia”. <https://www.latercera.com/paula/fundacion-fenn-trabajamos-para-eliminar-las-barreras-que-existen-al-momento-de-formar-una-familia/>

⁵⁷ La Tercera - Paula: “Abrir las Relaciones de Pareja” <https://www.latercera.com/paula/abrir-la-relacion-de-pareja/>

2.1 Descripción y pertinencia del proyecto

Radar Feminista es una plataforma web que trabaja -principalmente- con notas periodísticas de actualidad, con la necesidad de informar acerca de la labor que realizan mujeres desde distintas áreas de trabajo, ya sea en: las ciencias, la educación, las culturas, migración, política, juventudes, entre otras. Sus modalidades son: sitio web y redes sociales. Además, mediante un mapa, agrupa y geolocaliza a organizaciones feministas existentes a lo largo de Chile con el fin de facilitar el acceso a la información, descripción y contacto.

Como se mencionó en el capítulo “Panorama actual”, existe una carencia de enfoque con perspectiva de género en el país. Por esta razón las fuentes y el lenguaje utilizado por Radar Feminista se enfoca en las mujeres.

Por otro lado, históricamente el panorama de la prensa se ha centrado en Santiago. Así como concluye en el estudio “Santiago no es Chile: Brechas, prácticas y percepciones de la representación medial en las audiencias chilenas” (2015) existe un sentimiento de exclusión respecto a las pautas que presentan los medios, principalmente por quienes viven en regiones distintas a la Metropolitana. Esto ocurre por la cantidad de noticias que cubren temas dirigidos a las audiencias pertenecientes a la zona centro del país, dejando en segundo plano a quienes habitan en otras localidades.

2.2 Novedad e importancia del proyecto

Teniendo en cuenta el panorama de la prensa escrita por mujeres, Radar Feminista forma parte de un pequeño porcentaje de medios con perspectiva de género, y además de ser el único medio que se encarga de generar pautas descentralizadas. Por ende, la novedad del proyecto es de suma importancia para los feminismos chilenos de todos los territorios, y para el periodismo digital chileno.

Pese a la diversa cantidad de organizaciones feministas que hay en Chile, no existe ningún sitio web que las agrupe y las localice a todas, es por eso que decidimos realizar un sistema de búsqueda online que registre el nombre de las organizaciones feministas presentes a lo largo del país, junto a una breve descripción que detalle la forma y el enfoque sobre el que trabajan, además de la información de contacto, ubicación geográfica de estas y material audiovisual complementario.

2.3 Objetivos

Objetivo General

- Diseñar y desarrollar un medio digital que permita la visibilización de organizaciones feministas y temas asociados de interés, a través de contenidos periodísticos, recursos multimedia y una cartografía que permita acercar a las mujeres de distintas localidades de forma descentralizada.

Objetivos Específicos

- Informar a la comunidad en materia de género y crear un contenido periodístico feminista, acorde a la contingencia nacional y local.
- Situar a través de un mapa virtual de Chile a las organizaciones, redes y agrupaciones feministas a lo largo de nuestro país, descentralizando el acceso a la información.
- Facilitar la búsqueda de temas específicos que requieran las mujeres, ligados a organizaciones y servicios con enfoque de género.

2.4 Metodología

Tal como se profundizará en el capítulo 3 “Desarrollo del proyecto”, con relación a la recolección de datos e información, primero nos contactamos con 282 organizaciones, colectivos y agrupaciones feministas de todas las regiones del país a través de Instagram, WhatsApp y correo electrónico. Les explicamos en qué consistía el proyecto y las invitamos a ser parte de Radar Feminista mediante un formulario de Google.

Luego, quienes se inscribieron, pasaron al siguiente paso que consistió en completar un cuestionario donde se les solicitó seleccionar las áreas en que trabajan, y adjuntar logos y archivos fotográficos y/o audiovisuales de su organización.

Paralelamente, se realizaron notas periodísticas donde se cubrieron pautas con perspectiva de género realizadas en el norte, centro y sur del país. Estas se publicaron en el sitio web y luego se compartieron infografías a través de Instagram. Además, se interactuó con la audiencia, con el fin de que aquellas organizaciones feministas que no estén presentes en la página web aporten con otras perspectivas.

En cuanto al desarrollo de la plataforma web, se realizó un mapa que contiene zoom y movimiento que muestra a las organizaciones feministas presentes en Chile Además

de su ubicación, se agregó una breve descripción, función, fotografías y áreas en las que trabajan.

Posteriormente se generó un plan de difusión, donde se invitó a las integrantes de las redes a buscar su organización por categoría, región y/o nombre. Y se realizó una gestión de prensa con el fin de promocionar el proyecto. De esta manera Radar Feminista se difundió mediante el podcast Icónicamente⁵⁸ de la Radio JGM; y una nota periodística en el sitio web de la Facultad de Comunicación e Imagen⁵⁹, entre otros medios.

3. Desarrollo del proyecto

3.1 Benchmarking

Uno de los aspectos a considerar en el desarrollo del proyecto tiene relación al Benchmarking que podemos definir como “el proceso continuo de medir y comparar una organización con las organizaciones líderes, sean competencia o no, en cualquier lugar del mundo, a fin de obtener información que les ayude a ejecutar acciones para mejorar su desempeño” (Boxwell, 1995).

Es aquí donde se exploraron comparativamente los sitios web y plataformas digitales de algunas entidades públicas y privadas que -a nuestro criterio- consideramos sustanciales, con la finalidad de analizar la manera en la que cada una presenta sus contenidos en materia de género y feminismo, ya sea a través de contenido periodístico, investigativo y/o político. Con esta información extrajimos las mejores propuestas de diseño y presentación para el proyecto tanto en las áreas que tienen que ver con la construcción y arquitectura del sitio, como del proceso investigativo y el manejo periodístico que hemos desarrollado con las organizaciones colaboradores de nuestro medio.

“El Benchmarking es un proceso formal que comienza con la exhaustiva búsqueda e identificación de las organizaciones con las mejores prácticas, continúa con un estudio detallado de las prácticas y la performance de la propia organización, progresa a través de visitas y entrevistas sistematizadas a las empresas identificadas, y concluye con el análisis de resultados, desarrollo de recomendaciones e implantación del conocimiento adquirido” (Gómez, R. y Gonzalez V., s/f).

⁵⁸ Anexo D 1

⁵⁹ Anexo D 2

Clasificamos nuestro estudio de Benchmarking en dos categorías: *Nacional e Internacional*. A partir de ellas nacen dos subcategorías principales: *Feminismo, diseño, prensa y articulación de mujeres* y 2. *Cartografía de organizaciones feministas y de mujeres*.

Nacional

Feminismo, diseño, prensa y articulación de mujeres

- *Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género*⁶⁰. La presente entidad estatal cuenta con una sección de prensa actualizada y separada por “Noticias Nacionales” y “Noticias Regionales”. Esta última segmenta la contingencia por región -desde Arica y Parinacota hasta Magallanes-. Al ser un sitio de un ministerio del Estado de Chile, el contenido periodístico está -principalmente- enfocado en el trabajo realizado por esta y por la Seremi de la Mujer, en lugar de otras organizaciones civiles. No obstante, en la sección “Ministerio” se encuentra la subsección “Instituciones Relacionadas”, donde es posible encontrar un apartado sobre ONGs Nacionales de la Mujer. Aquí se incorporan a 18 organizaciones de Chile⁶¹.

En este mismo sitio se encuentra un apartado sobre el *Consejo de la Sociedad Civil (COSOC) del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género*⁶². Aquí se presentan a las integrantes del COSOC y sus respectivas organizaciones. Sin embargo, al revisarlo nos percatamos de que -hasta la fecha- la información no se encuentra actualizada y solo aparece la nómina de las consejeras pertenecientes al periodo del año 2019, no contemplando a las ocho nuevas consejeras pertenecientes al periodo 2022-2025.

- Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres⁶³. Si bien la Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres -organización feminista que busca visibilizar

⁶⁰ Es la Secretaría de Estado “encargada de colaborar con el Presidente o Presidenta de la República en el diseño, coordinación y evaluación de las políticas, planes y programas destinados a promover la equidad de género, la igualdad de derechos y de procurar la eliminación de toda forma de discriminación arbitraria en contra de las mujeres”. *Sobre el Ministerio – MinMujeryEG*. (s. f.). https://minmujeryeg.gob.cl/?page_id=34975

Sitio web oficial: <https://minmujeryeg.gob.cl/>

⁶¹ https://minmujeryeg.gob.cl/?page_id=2006

⁶² El COSOC es un “órgano de carácter consultivo y autónomo en sus decisiones, compuesto de manera diversa, representativa y pluralista por representantes de asociaciones sin fines de lucro que tengan relación con el quehacer institucional”. *cosoc – MinMujeryEG*. (s. f.). https://minmujeryeg.gob.cl/?page_id=31234.

⁶³ La Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres “es una articulación de colectivos, organizaciones sociales, no gubernamentales y mujeres, que desde 1990, trabaja con el propósito de contribuir a erradicar la violencia hacia las mujeres y las niñas. Realiza acciones de denuncia, campañas, estudios y otras intervenciones públicas coordinadas en

y erradicar la violencia hacia las mujeres- funciona como medio de articulación de organizaciones a nivel nacional, este no está enfocado en el muestreo de organizaciones ajenas a la red a través de una base de datos, ni mucho menos en la localización de estas. La red funciona, más bien, bajo otros objetivos específicos atinentes a la labor de su propia organización y a las noticias, campañas y estudios relacionados a ella a nivel nacional y regional.

- Corporación Humanas⁶⁴. Su sitio web se divide en siete categorías, entre ellas “¿Quiénes somos?”, que tiene como subcategoría “Redes y Alianzas”. En esta se presentan 12 tipos de organizaciones o coaliciones que trabajan con la corporación a nivel global. Uno de estos tipos se denomina “Articulación de organizaciones de la sociedad civil por los derechos humanos”, sin embargo, no se entrega información detallada sobre el nombre o locación de las organizaciones. Por otro lado, cuenta con una sección de “Noticias” donde se publican notas sobre feminismo. Si bien se añaden noticias sobre el trabajo de organizaciones feministas en ciudades alejadas de la capital -como Puerto Montt o Arica-, el sitio web se enfoca en temas relacionados al feminismo a nivel nacional, como legislaciones y prevención de violencias.
- Red de Acción por los Derechos Sexuales y Reproductivos (Miles Chile)⁶⁵. El sitio web de Miles Chile, organización de la sociedad civil que busca promover y defender los derechos sexuales y reproductivos de las personas, nos entrega información relacionada a sus proyectos, consejerías y capacitaciones, funcionando como un sitio que entrega servicios de orientación, y que por lo tanto no actúa como un medio donde se publiquen noticias sobre feminismo en Chile. Al igual que Corporación Humanas, este cuenta con una sección de redes aliadas donde se presentan 26 organizaciones, tanto nacionales como internacionales. Sin embargo, no existe información sobre el trabajo que realiza cada una.
- Coordinadora Feminista 8M (CF8M)⁶⁶. Si bien esta es una Coordinadora que está presente tanto en la zona norte, centro y sur del país, ésta funciona como un ente

todo el país; organiza ciclos de cine y conversatorios; implementa escuelas de formación y desarrolla desde 2007 la campaña “¡Cuidado! El Machismo Mata” a nivel nacional”. *Presentación - Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres*. (2022, 2 agosto). <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/presentacion/>

⁶⁴ Impulsada por un grupo de mujeres feministas, profesionales y defensoras de derechos humanos, con el fin de generar un espacio de acción, reflexión e incidencia en el desarrollo institucional del país de modo de aportar a la profundización de la democracia y a la inclusión de las mujeres. Presentación. (s. f.). <https://www.humanas.cl/presentacion/>

⁶⁵ Esta organización tiene como misión “defender y promover la autonomía en el ejercicio de los Derechos Sexuales y Reproductivos de todas las mujeres en su diversidad, durante todo el curso de su vida”. Quiénes Somos – Corporación Miles. (s. f.). <https://mileschile.cl/quienes-somos/>

⁶⁶ “Así fue como la CF8M hace cuatro años toma un carácter plurinacional, multisectorial y ‘que se posiciona desde un feminismo que habla de todo’ Mostrador, E. (2022, marzo 8). Coordinadora Feminista 8M y los avances en los espacios de poder: “Tenemos un pie en la institución, mil en las calles”.

independiente y no articula en su totalidad a las otras redes existentes, ni siquiera a las pertenecientes a las comisiones y coordinadoras propias de la CF8M.

Cartografía de organizaciones feministas y de mujeres

- Museo de las Mujeres Chile⁶⁷. En 2023, la corporación sin fines de lucro realizó el lanzamiento de un “Mapa Virtual de las Rutas Feministas en el Gran Concepción” junto al Programa Multidisciplinario de Estudios de Género de la Universidad de Concepción y gracias al financiamiento del proyecto Fondo Regional de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Esta cartografía recolecta la información de diversas organizaciones de mujeres que se desarrollaron durante el periodo de la dictadura cívico-militar (a partir de 1973) a la actualidad (contemplada hasta el año 2018).

Internacional

1. Feminismo, diseño, prensa y articulación de mujeres

- Federación de Organizaciones Feministas del Estado Español⁶⁸. El sitio web de la coordinadora española entrega diversas noticias sobre feminismo, dividiéndolas en categorías por tema, lo que se asemeja a la idea de Radar Feminista. Además, tiene un apartado donde se presentan 15 colectivos feministas, redireccionándolos a sus respectivos sitios web.
- Documentos de los Feminismos en Puerto Rico⁶⁹. Es un repositorio que recoge los documentos producidos por más de 60 organizaciones activas en las décadas de 1970 al 2010 en Puerto Rico. En su sitio web se encuentra la sección “Organizaciones feministas autónomas”, que agrupa 38 de estas, en orden

<https://www.elmostrador.cl/braga/2022/03/08/coordinadora-feminista-8m-y-los-avances-en-los-espacios-de-poder-tenemos-un-pie-en-la-institucion-mil-en-las-calles/>

⁶⁷ “Somos una corporación sin fines de lucro, autónoma y autofinanciada. Nos motiva visibilizar las historias de tantas mujeres que resistieron sabia y osadamente, dolorosa pero constructivamente las opresiones y violencias de un sistema que se sostiene en la exclusión de las grandes minorías, de las borradas mayorías”. Nosotras (s. f.)

<https://museodelasmujereschile.cl/nosotras-es/>

⁶⁸ “Red de grupos de mujeres que funciona de forma asamblearia y abierta a los distintos grupos feministas, donde intercambiamos experiencias, debates y actividades que sobre los distintos temas realizamos los grupos que participamos en ella”. Presentación - Coordinadora Feminista. (s. f.). Coordinadora Feminista - Federación Estatal de Organizaciones Feministas. <https://www.feministas.org/presentacion.html>.

⁶⁹ Organizaciones Feministas Autónomas de Puerto Rico. <https://www.upr.edu/documentosfeminismos/sample-page/organizaciones/organizaciones-feministas-autonomas/>

alfabético. Sin embargo, solo algunas de ellas cuentan con información detallada sobre su historia y trabajo.

- Women's International League for Peace and Freedom (WILPF)⁷⁰. Es una de las organizaciones de mujeres por la paz más antiguas del mundo. Su sitio web incluye una sección de “Países” donde se enfoca su labor. En esta se presentan siete países y el trabajo correspondiente que realizan. Esta es una idea general de la geolocalización presente en Radar Feminista.
- Global Fund for Women⁷¹. La presente fundación creada por y para mujeres, y ubicada principalmente en Estados Unidos, pero con trabajo a nivel global, cuenta en su plataforma web, con una base de datos de las subvenciones entregadas a 5.440 organizaciones en 178 países.

3.2 Diseño universal

Los Siete Principios del Diseño Universal

El diseño universal es un concepto creado en 1989 por el arquitecto Ronald L. Mace, quien hace una valoración crítica de los conceptos de “accesibilidad física”, llegando al *Diseño Universal*. Este consiste en “la creación de productos y entornos diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de que se adapten o especialicen” (Principios del Diseño Universal, s/f).

Se utiliza en productos, servicios, dispositivos, aplicaciones y un sin fin de herramientas con la finalidad de facilitar su accesibilidad y uso. De esta manera se beneficia tanto a el/la usuario/a (permitiendo su adaptabilidad sin importar sus facultades y capacidades), como a su creador (obteniendo una valoración positiva de su proyecto).

Existen siete principios del diseño universal que permiten, al momento de crear un producto (en nuestro caso un medio digital), vislumbrar los elementos que posibiliten al público objetivo adecuarse e identificarse fácilmente con la plataforma. Tomando en cuenta cada uno de estos principios explicados por la Fundación ConTRABAJO -

⁷⁰ Su visión es construir un “mundo de paz permanente sobre bases feministas de libertad, justicia, no violencia, derechos humanos e igualdad para todos, donde las personas, el planeta y todos sus demás habitantes coexistan y florezcan en armonía” (traducción propia). Women’s International League for Peace and Freedom. (2023, 10 febrero). Vision, values and approach - WILPF. WILPF. <https://www.wilpf.org/who-we-are/vision-values-and-approach/>

⁷¹ Es una fundación, fundada en 1987, que financia “movimientos de justicia de género audaces, ambiciosos y expansivos para crear un cambio significativo que durará más allá de nuestras vidas”. Women’s Rights Are Human Rights | Global Fund for Women’s Mission. (s. f.). Global Fund for Women. (traducción propia) <https://www.globalfundforwomen.org/who-we-are/vision-mission/>

especializada en la inclusión laboral- en “Diseño Universal: 7 principios para tener en cuenta en la empresa”⁷², fue que seleccionamos las herramientas que mejor se adecuaban a nuestros objetivos y a las necesidades de nuestras usuarias dentro de las posibilidades iniciales en la conformación del proyecto. De esta manera trazamos un camino en el perfeccionamiento de nuestro sitio, que permite una mayor y mejor inclusión.

1° Principio: Uso Equitativo

“El diseño debe ser útil y fácil de usar para todas las personas, independientemente de sus déficits y capacidades”.

Este principio nos habla, no sólo de facilitar los elementos, sino que además, de generar un diseño simple pero atractivo que evite la segregación o estigmatización a las usuarias. Con este fin, nuestra plataforma está abierta al uso del lenguaje inclusivo así se requiera, tanto en el muestreo de las organizaciones como en la presentación de notas de prensa. Por otra parte, el uso del mapa geolocalizador permite atraer a personas de diferentes regiones del país, cumpliendo el objetivo de descentralizar la información y redes de apoyo.

2° Principio: Flexibilidad de uso

“El diseño se adapta a una amplia gama de necesidades y habilidades individuales”.

Siguiendo la línea de desarrollar un proyecto flexible y dúctil, se proporcionan diversos métodos que permiten llegar a un mismo fin en su uso. Tanto la utilización del mapa, como la forma de presentación de las organizaciones y las tarjetas/botones con íconos gráficos. De esta manera se facilita y agiliza el acceso y tiempo de búsqueda de la información, ya que dichas categorías están ancladas a los temas del trabajo que realiza cada organización. Así se logra que todo el sitio esté conectado.

El menú está ubicado y desplegado al principio del sitio. En esta oportunidad optamos por no utilizar un menú de estilo “hamburguesa” (comprimido) para la versión de escritorio, sino que decidimos que este sea visible para simplificar el acceso.

Las personas que ingresan pueden inscribir a sus organizaciones -propias o conocidas por ellas- a través de un formulario simple. El sitio ofrece, además, la posibilidad de interactuar, evaluar y opinar, tanto en la casilla de comentarios de cada organización

⁷² “Diseño Universal: 7 principios para tener en cuenta en la empresa” (2023, marzo 2) <https://fundacioncontrabajo.cl/blog/guias-para-la-empresa/principios-diseno-universal/>

(ubicada en el directorio del mapa), como en las notas periodísticas de la sección de noticias.

3° Principio: Usabilidad simple e intuitiva

“El diseño debe ser entendible por todas las personas usuarias sin importar el conocimiento, experiencia, nivel de concentración de la persona usuaria o sus habilidades”.

Todo el contenido del medio digital está catalogado con sus respectivos títulos -breves y claros- ordenados por relevancia y actualidad, presentando la información de forma consistente y simple según su grado de importancia. Los textos, por su parte, están redactados de tal manera que puedan ser comprendidos de la mejor forma, explicando posibles términos o palabras confusas.

Otras de las metodologías empleadas para disminuir cualquier complejidad en la navegación del sitio tienen relación con la utilización de cambio en los colores de forma dinámica o tamaño de las secciones, títulos y botones por donde se desliza el cursor. Así, el proceso de selección de elementos es intuitivo para la usuaria.

4° Principio: Información perceptible

“El diseño comunica la información necesaria de manera efectiva al usuario, independientemente de las condiciones ambientales o las capacidades sensoriales del usuario”.

La variedad de formatos en la que se presenta la información en el sitio de Radar Feminista -ya sea a través de íconos, imágenes, texto, mapa, etc.- permite que el contenido sea mostrado de forma redundante pero claro, con la finalidad de reforzar cada ítem y sección de manera eficiente y comunicativa. La exposición de las organizaciones tanto en la cartografía como en el directorio, es acompañada de su respectiva información de contacto, que además está anclada a los sitios de las redes mediante links (redes sociales, sitios web, correo electrónico), aportando a la presentación y entrega eficaz de datos.

El mapa de Chile está claramente segmentado y trazado, logrando identificar zonas específicas y diferenciar regiones o comunas. El directorio funciona como soporte en el caso de presentarse dificultades en la búsqueda a través de la cartografía. De esta manera se genera una alternativa a la metodología de búsqueda de redes feministas.

5° Principio: Tolerancia a los errores

“El diseño minimiza los peligros y las consecuencias adversas de acciones accidentales o involuntarias”.

Con el fin de disponer de elementos que puedan minimizar posibles peligros, es que el sitio dispone de un “Disclaimer”/“Descargo de Responsabilidad” que será explicado a mayor detalle más adelante. Este tiene por objetivo, desalentar y eliminar -según nuestro criterio como administradoras- cualquier elemento que pueda ser considerado ofensivo o peligroso, como comentarios discriminatorios o de odio a cualquier usuaria u organización. A su vez, al exponer nuestros principios y valores éticos de forma pública -mediante este descargo de responsabilidad- es que, en el caso de existir alguna organización, agrupación o red que esté previamente inscrita y que por algún motivo sea, por ejemplo, denunciada por conductas graves o malas prácticas, podamos proceder a eliminarla de nuestra base de datos. Esta información está en constante actualización y revisión.

6° Principio: Bajo esfuerzo físico

“El diseño debe procurar que su uso requiera del menor esfuerzo físico posible”.

Por un lado, para minimizar las acciones que puedan significar un sobreesfuerzo y agotamiento en la navegación del sitio, es que el menú aparece permanentemente en todas las entradas al inicio y al final de cada página. Estas se dirigen al “Inicio”, “Mapa”, “Noticias”, “Inscripción de organizaciones” y “Nosotras”. De esta manera, quienes se encuentren en una de estas secciones, podrán trasladarse fácilmente a las demás.

En la misma línea, se implementó un botón con el símbolo de una flecha hacia arriba que cumple una función similar a la barra de secciones mencionada anteriormente. Cada vez que la usuaria llegue al final de una página, con el botón, devolverse automáticamente al punto de inicio de la entrada en la que se encuentra.

Por otro lado, para evitar el cansancio y/o fatiga de la usuaria, fue utilizada la herramienta de adaptación del color de la página en modo oscuro y modo claro para que la usuaria tenga la opción de seleccionar el modo de vista según la preferencia de estilo de quien navega, luz que tenga en su entorno y claridad para leer los textos y ver los íconos. La realización de esto no perjudica el diseño del sitio debido a que sólo se utilizan dos paletas de colores identitarias (verde y morado), evitando distracciones o cambios bruscos en el formato.

7° Principio: Tamaño y espacio para aproximación y uso

“El espacio disponible, tamaño, forma y disposición de elementos del diseño deben asegurar el acercamiento, alcance, manipulación y uso. Igualmente debe ser compatible con la movilidad, postura o contextura de las personas usuarias”.

Al ser una plataforma web, cualquier usuaria con acceso a internet y un navegador podrá acceder al sitio, independiente del lugar en el que se encuentre, tanto para alguien que esté sentado navegando a través de un computador, como para quien desee utilizarlo mediante un celular (mediante la versión móvil del sitio). Aquí logramos adaptar el tamaño de letras y la disposición de los elementos para que puedan ser visibles en la mayoría de los dispositivos (computadores, tablets o celulares).

El sitio está diseñado de tal forma que a medida que la usuaria desliza el cursor sobre algunos títulos, estos cambian de color y muestran qué elementos está seleccionando. Lo mismo ocurre con los botones de las categorías que cambian de tamaño a medida que se van clickeando.

3.3 Wireframe y Mapa de Contenidos

Radar Feminista es un proyecto que viene tomando forma desde el año 2022 en “Taller de Proyectos Digitales I y II”, con la idea de crear un medio feminista que permita la visibilización de organismos públicos, privados y comunitarios que trabajen el tema de género en todas las regiones de Chile. En aquella oportunidad se creó un *Wireframe* o prototipo a través del sitio Mockflow⁷³ que tuvo como objetivo, presentar una maqueta con los elementos visuales y gráficos que deseábamos que estuvieran contenidos en la página del sitio web de aquel entonces.

Es aquí cuando se presentó una primera propuesta de página principal; con un header simple que contenía solo el nombre de Radar Feminista y un menú desplegado hacia los costados con cuatro entradas:

- “Mapa Organizaciones”, alojado en la página de inicio y con un respectivo buscador que mostraba a las organizaciones feministas y sus localidades.
- “Actualidad”, presentando la sección de noticias.
- “Foro”, con la idea de que funcionara como un chat virtual en el que las usuarias pudieran interactuar, generar opiniones y conversar.

⁷³ Anexo B 2

- “Nosotras”, espacio donde nos daríamos a conocer brevemente con una fotografía adjunta de cada una.

El logo antiguo estaba situado a un costado de la página en vez de aparecer al principio. En aquel entonces no contemplamos la existencia de un footer.



Imagen n° 1: Prototipo portada de inicio Radar Feminista con Mockflow

Ya en 2023, con una idea del proyecto más fresca y repensada, decidimos que el contenido que debía estar en la página principal sería la sección de noticias con sus respectivas categorías. Estas permitirían ordenarlas y posicionar al mapa en una segunda entrada del menú, entendiendo que el foco principal del sitio es un medio periodístico, y la presentación del mapa está en segundo lugar como un adicional.

La primera idea de maqueta contenía, en la sección de actualidad, cuadros simples con los titulares e imágenes de noticias ordenados uno tras otro y, como bien se mencionó anteriormente, no estaba anclado en ninguna parte de la página de inicio.

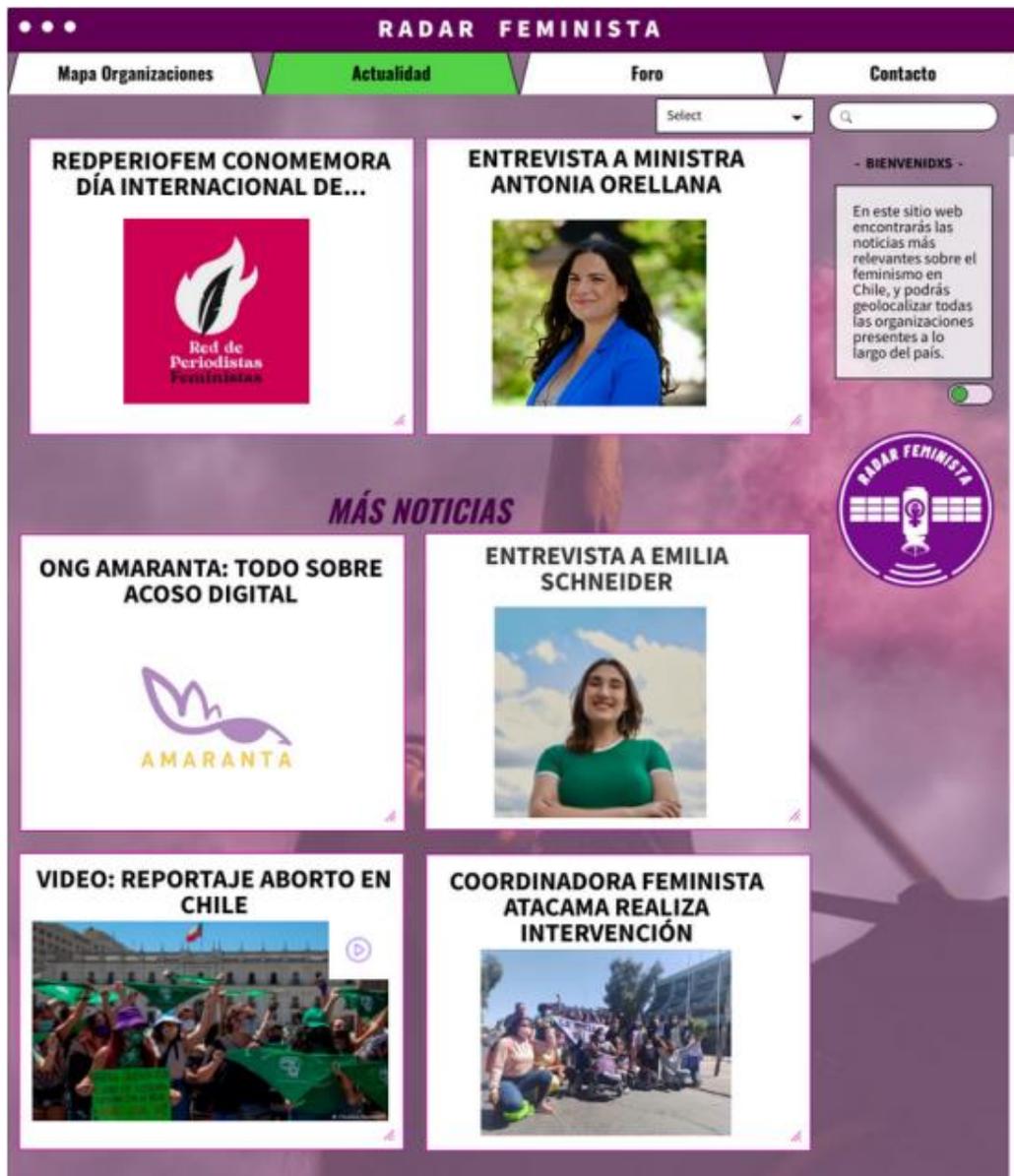


Imagen n° 2: Prototipo sección del menú "Actualidad" con Mockflow

Esta idea experimentó cambios con la elaboración del sitio definitivo, permitiendo que las notas y el contenido periodístico sean el elemento central de toda la web. Así, en la página principal, las noticias se complementan con fotos, y titulares visibles y dinámicos que se desplazan tipo catálogo e incorporan categorías que ordenan las noticias con su tema respectivo.

La realización de un primer borrador permitió evaluar y ordenar de forma óptima el sitio, mejorando tanto la arquitectura de la información, como su estética. De esta manera mantuvimos una paleta de colores similar pero presentada de una forma más sobria que no saturara la visual. Todo el contenido actual; en cuanto a mapa de contenido, diseño

y jerarquización de la información; fueron producto de las ideas que surgieron en la primera maqueta.

Mapa de Contenidos

En función de los objetivos considerados para el medio, se construyó un mapa de contenidos con la finalidad de ordenar, desglosar y jerarquizar la información presente, tanto en el sitio como en Instagram.

Al costado izquierdo, el mapa de contenidos presenta una división entre la información proporcionada en Instagram, mientras que al costado derecho se encuentra el contenido del sitio web tal como aparece en el menú. La parte central del mapa alberga aquellas publicaciones que se comparten simultáneamente, tanto en Instagram como en el sitio.

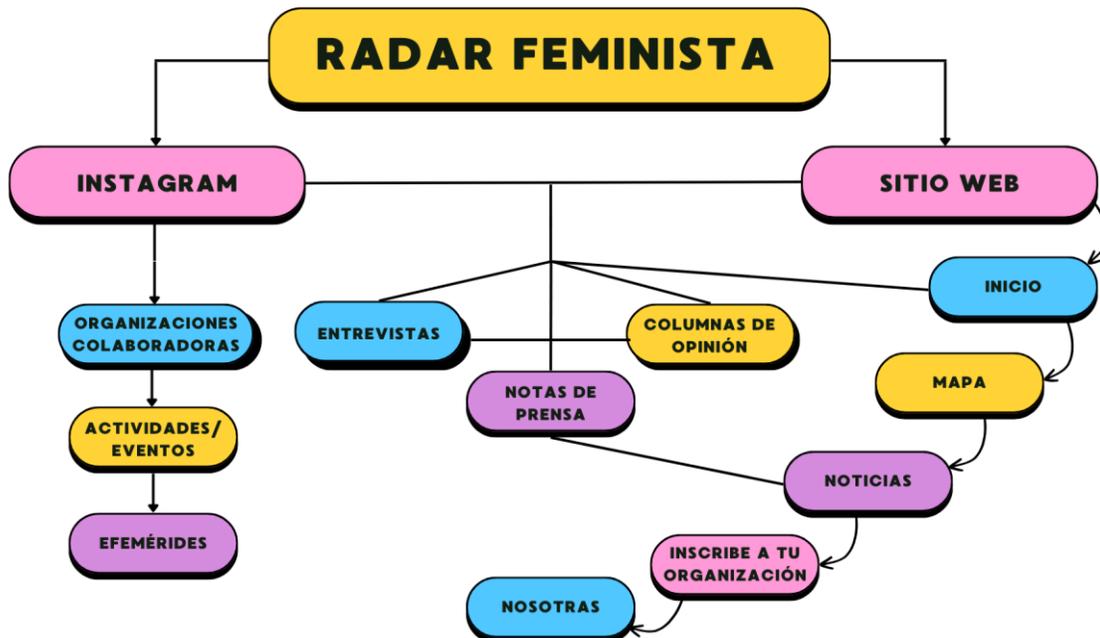


Imagen n°3: Creación propia de Mapa de Contenidos vía Canva

En primer lugar, las noticias son publicadas en el sitio web y en la sección “Inicio”. Estas se publican simultáneamente en formato de gráfica en Instagram con el titular de la nota e información relevante para invitar a la usuaria a visitar el sitio y a leer la nota completa. Lo mismo se realiza en el caso de las entrevistas y columnas de opinión.

Además de las notas de prensa, la plataforma de Instagram es utilizada para subir contenido relacionado a: información sobre las organizaciones colaboradoras con Radar Feminista que aparecen en el mapa de la web; actividades; eventos y/o convocatorias

feministas que surgen tanto de la Región Metropolitana como en otras regiones, tal como fue con la convocatoria a “Pañuelazos por el derecho al aborto” en diversas regiones del país⁷⁴. Además, se contemplan efemérides acordes al tema del sitio como por ejemplo, el “Día Internacional de la Mujer Indígena” o el “Día Latinoamericano de la Imagen de las Mujeres en los Medios de Comunicación”⁷⁵.

Por otro lado, la información presente en el mapa de contenido sobre el sitio web señala el orden de cómo aparece el menú disponible para la navegación de la página; estando en primer lugar el “Inicio” o página principal de Radar Feminista⁷⁶ con fotos, portada y titulares de noticias; portada de publicaciones de Instagram; y las categorías de las notas.

En segundo lugar, está la sección “Mapa”⁷⁷. Esta contiene un listado por categorías -las mismas que en la página principal- y ubicación geográfica de las organizaciones que se inscribieron en Radar Feminista para aparecer en nuestro medio; ordenándolas, catalogándolas y entregando la información de contacto de cada una. Al igual que con las noticias, se utiliza la plataforma de Instagram para publicar contenido informativo sobre las organizaciones⁷⁸.

Como se señaló anteriormente, la tercera opción del menú contiene la sección de “Noticias”⁷⁹. Aquí se encuentran las notas de prensa, entrevistas, columnas de opinión y todo lo relacionado a la actualidad, y donde se prioriza el contenido reciente.

En cuarto lugar, se encuentra la sección “Inscribe tu organización”⁸⁰. Aquí se facilita un formulario de Google anclado al sitio para que las usuarias inscriban a la red feminista de su conocimiento y/o dominio. La sección titulada “¿Conoces o eres parte de alguna organización? ¡Inscríbela!” muestra, en primer lugar, un “Disclaimer” o “Descargo de Responsabilidad” que detallaremos más adelante. Este señala los lineamientos que - como autoras- presentamos para reservarnos el derecho a rechazar la inclusión de cualquier organización que no cumpla con los valores y normas afines a nuestro medio digital.

⁷⁴ Anexo A 1

⁷⁵ Anexo A 2

⁷⁶ Inicio del sitio web Radar Feminista.

<https://radarfeminista.cl/>

⁷⁷ Sección “Mapa” del sitio web Radar Feminista.

<https://radarfeminista.cl/mapa/>

⁷⁸ Anexo A 3

⁷⁹ Sección “Noticias” del sitio web Radar Feminista.

<https://radarfeminista.cl/noticias/>

⁸⁰ Sección “Inscribe tu organización” del sitio web Radar Feminista.

<https://radarfeminista.cl/contacto/>

En el formulario de Google denominado “Convocatoria: Organizaciones feministas de Chile”⁸¹ se presenta un resumen explicativo sobre de qué trata el medio digital y los elementos que posee. Para que una agrupación se inscriba en el mapa de la web debe responder dos secciones del formulario. En la primera aparecen preguntas de carácter privado con el que buscamos obtener la información de contacto, tanto de la persona natural que inscribe a la organización, como de la de la entidad. De esta manera logramos un primer contacto directo entre Radar Feminista y la red.

La segunda parte del formulario tiene relación con la información detallada de la ubicación, contacto y temática que aborda cada entidad que será ingresada al mapa. Aquí se señala que los datos proporcionados en esta sección serán compartidos de forma pública en nuestro mapa y en nuestras redes sociales. Además entregamos la opción de que nos envíen material adjunto; como videos, presentaciones, gráficas, fotografías que son utilizadas como insumo para el mapa, publicaciones de Instagram; etc. Estas últimas nos permitirán anclarlas en posibles notas de prensa relacionadas a alguna de las organizaciones⁸².

Finalmente, la última sección del menú corresponde a “Nosotras”⁸³, entrada que contiene información sobre “¿Quiénes Somos?” con una descripción general del equipo de Radar Feminista y con objetivo del medio:

“Somos dos mujeres feministas y estudiantes de periodismo en la Universidad de Chile, quienes -desde distintas veredas y orígenes, pero con la misma motivación- decidimos unirnos para crear el medio digital ‘Radar Feminista’. Nuestro objetivo es integrar y visibilizar la labor de las diversas redes para mujeres que se enfocan en abordar y combatir la desigualdad de género desde infinitos espacios de disputa. Nos impulsa la pasión por promover un cambio real y significativo, y estamos comprometidas en amplificar las voces y experiencias que a menudo son invisibilizadas en nuestra sociedad”.

Además de esto, presentamos otras dos breves descripciones individuales con nuestras respectivas fotos de perfil que permiten a la usuaria conocernos de una forma personal, relajada y cercana:

“Julieta Salazar Maturana: Co-fundadora de Radar Feminista, sureña y escorpión. Memorista de periodismo en la U. de Chile con un enfoque en la perspectiva de género y las culturas. Apasionada por la escritura, la música y la poesía.

⁸¹ Anexo B 1

⁸² Anexo A 4

⁸³ Sección “Nosotras” del sitio web Radar Feminista.

<https://radarfeminista.cl/acerca-de/>

Renata Castillo San Martín: Co-fundadora de Radar Feminista, santiaguina. Memorista de periodismo en la U. de Chile con perspectiva de género y DDHH. Feminista a la izquierda, apasionada por la música y los animales”.

Posterior a nuestras descripciones se presenta “Nuestra Misión” y “Nuestra Visión”:

“Nuestra Misión

“Nuestra misión en Radar Feminista es actuar como un servicio de búsqueda y conexión, que permita a las mujeres encontrar y conectar con las organizaciones feministas existentes a lo largo de Chile, creando un nexo entre la comunidad, las mujeres y sus respectivas redes más cercanas. A través de nuestra plataforma, buscamos promover la integración, la visibilidad y la labor de las distintas redes de mujeres que luchan contra la desigualdad de género. Nos comprometemos a respetar la autonomía y privacidad de las organizaciones, mientras brindamos un espacio seguro donde todas puedan encontrar apoyo, información y orientación en su camino hacia la equidad y la erradicación de la violencia patriarcal”.

Nuestra Visión

“En Radar Feminista, aspiramos a ser el referente principal en la búsqueda y conexión de las organizaciones feministas en Chile. Buscamos construir una comunidad sólida y unificada, donde las voces de las mujeres sean escuchadas y valoradas. Deseamos ser una plataforma donde las mujeres encuentren apoyo, recursos y orientación en su camino hacia la igualdad de género. Nuestra visión es contribuir a la transformación social, generando un impacto positivo y duradero en la lucha por los derechos de las mujeres”.

A diferencia del Wireframe pasado, esta vez se contempló la existencia de un footer para el sitio que detallaremos en el siguiente punto.

3.4 Planificación y Diseño del sitio

El proyecto de Radar Feminista busca ofrecer un espacio de conexión entre mujeres y proporcionar -en nuestro rol como comunicadoras- información, apoyo y orientación para quienes luchan por generar espacios con igualdad de género. Es por ello que la preocupación a los detalles del proyecto debían ser un reflejo de esto y por lo tanto, también debía plasmarse en el proceso de creación de nuestro sitio web.

La primera acción consistió en la creación de un logotipo definitivo y en la elección de una paleta de colores que le otorgue identidad y sello propio a nuestro medio.

- Logotipo:

La primera idea de logo fue diseñada en concordancia al tipo de Wireframe presentado en “Taller de Proyectos Digitales I” y por lo tanto, a los colores y tipografías utilizadas para ese proyecto.



Imagen n° 4: Creación propia de la propuesta logotipo 2022

Si bien en su momento consideramos que era un logotipo que incorporaba los elementos e idea central del proyecto, nos inquietaba que tuviese muchos elementos que fuesen distractores y que disminuyera la atención de la usuaria. Por ello buscamos inspiración en entidades feministas nacionales que tienen gran recibimiento en cuanto a cantidad de participantes, seguidores y popularidad.

Analizamos el logotipo de tres referentes principales:

1. Logotipo de Fundación Tremendas⁸⁴:



Imagen n° 5: Logotipo enviado por Fundación Tremendas a Radar Feminista

⁸⁴ Tremendas comenzó en Chile como una plataforma de acción, pero en 2020, debido a su gran crecimiento se crea Fundación Tremendas con el propósito inicial de dar respaldo institucional a las iniciativas de las jóvenes activistas.

Nosotras – Fundación Tremendas. (s. f.). <https://tremendas.org/nosotras/>

En su logotipo, Fundación Tremendas pone la tipografía como elemento central en la construcción de su marca. Así descarta añadir elementos extras como imágenes o íconos. Mantiene un diseño sobrio y simple, pero al mismo tiempo armonioso. Se vuelve llamativo y entrega la libertad de ser incrustado en cualquier tipo de plataforma o contenido al poseer una variedad de colores que faciliten su adaptación a cualquier espacio.

2. Logotipo de Red de Periodistas Feministas de Chile⁸⁵:



Imagen n° 6: Logotipo oficial enviado por Redperiofem a Radar Feminista

A diferencia del logotipo de Tremendas, el de la Red de Comunicadoras y Periodistas Feministas de Chile incorpora íconos y elementos gráficos que toman el protagonismo del diseño; el nombre de Redperiofem, al ser más pequeño, se convierte en elemento secundario. Los colores presentes de la marca no tienen la opción de ser modificados. Esto, por un lado, es perjudicial debido a que es más difícil adaptarlos a la estética de documentos o espacios gráficos que no pertenezcan a la red. Por otro lado, tener una gama de colores fija puede ser beneficioso ya que pone un sello característico de la red, provocando una asociación instantánea con ella.

⁸⁵ La Red de Periodistas y Comunicadoras Feminista de Chile es una articulación que busca visibilizar las desigualdades de género en los medios de comunicación para avanzar en la transformación de las condiciones del ejercicio del periodismo, hacia un periodismo feminista, medios no sexistas y con enfoque de derechos humanos. - RedPerioFem
Instagram Oficial: <https://www.instagram.com/redperiofem/>

3. Logotipo de Ruta Feminista⁸⁶



Imagen n°7: Logotipo oficial enviado por Ruta Feminista a Radar Feminista

El logotipo de Ruta Feminista posee un diseño bastante simple; sin fondo y sin texto pero con íconos que permiten reconocer fácilmente a la organización. Algo que deseamos rescatar de esta idea en particular, fue la elección de colores.

“El color transmite una gran variedad de asociaciones que ayudan a la marca a comunicar una imagen deseada en la mente de los consumidores (...) La cultura logra ser un elemento fundamental en la experiencia de las personas ya que se ve afectado por el lugar donde vive, la gente con la que interactúa, entre muchos otros factores. Es de esta manera que las diferentes experiencias logran generar diferentes preferencias cambiando el comportamiento de las personas. Es importante entender las preferencias de color de las personas, ya que esto ayuda a dar un indicio del rol que juega el color en el lugar en donde la persona interactúa visualmente. (Ortega y Jiménez, 2015).

Los colores morado y verde han sido, por muchos años, distintivos en los movimientos feministas alrededor del mundo. La popularidad del color verde surge en Argentina a partir del Encuentro Nacional de Mujeres en Rosario del año 2003, donde las mujeres utilizaron pañuelos verdes durante la marcha de clausura. “Miles de mujeres han optado por utilizar este color principalmente en paliacates para colocarlos en rostro y brazos, esto para manifestar la reivindicación de los derechos sexuales y reproductivos” (Forbes México, 2022).

En un artículo publicado en la revista de antropología Encarte, las investigadoras Karina Felitti y Rosario Ramírez (2020) sostienen que el pañuelo verde del feminismo surge como un heredero histórico del pañuelo blanco de las Madres de Plaza de Mayo.

⁸⁶ Ruta Feminista, es una colectiva feminista de Viña del Mar y Valparaíso que busca contribuir en generar las condiciones subjetivas que permitan el surgimiento y la proliferación del poder popular feminista.

Ruta Feminista - <https://radarfeminista.cl/directory/ruta-feminista/>

Instagram Oficial: <https://www.instagram.com/ruta.feminista/>

En 2005, éste fue un distintivo de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito de la Argentina, ya en 2018 fue adoptado como un símbolo de las demandas por los derechos reproductivos en América Latina.

El color morado, por otra parte, tiene distintas versiones en cuanto a su origen como color emblema del feminismo. Una de ellas tiene relación al incendio ocurrido el 25 de marzo de 1911 en una fábrica de camisas en Nueva York “Triangle Shirtwaist”⁸⁷; momento en que los trabajadores de la fábrica no podían salir debido a que el recinto estaba cerrado con llave. Esto provocó la muerte de 146 personas, 123 eran mujeres. Este acontecimiento puso en manifiesto las precarias condiciones laborales que sufrían las y los obreros del trabajo textil en aquel entonces. El incendio consumió todo en su interior. “Es ahí donde se dice que el humo que salía del edificio y podía verse desde casi toda la ciudad, era de color morado debido a los tejidos que se usaban en esta fábrica de camisas. Por este motivo, desde aquel momento, el morado quedó asociado a la lucha feminista, pues la Triangle Waist Co. se convirtió en un símbolo de la precariedad laboral y las violencias sistémicas que vivían las mujeres” (Paula, A. 2023).

Una segunda versión de la instalación del color morado en el feminismo nace por los movimientos sufragistas a principios del siglo XX, partiendo por el movimiento de mujeres inglesas, quienes optaron por el color morado -inspirado en la nobleza inglesa-, junto al blanco y verde como parte de su lucha por la reivindicación de sus derechos electorales. Su iniciativa fue replicada en la segunda ola feminista por las mujeres socialistas y posteriormente, también, por las mujeres norteamericanas a fines de los setenta a favor de la Enmienda por la Igualdad de Derechos⁸⁸. “Es, por ello, que, desde entonces, el movimiento feminista utiliza el lazo morado como símbolo de apoyo a su lucha” (Parro, 2023).

⁸⁷ El 25 de marzo de 1911, un pavoroso incendio consumió en apenas media hora los pisos octavo, noveno y décimo del edificio Asch, en el Greenwich Village de Nueva York. Estos tres pisos albergaban la fábrica Triangle Shirtwaist (Blusas Triángulo) en donde trabajaban unas 500 personas, la mayoría de ellas jóvenes inmigrantes que apenas hablaban inglés. El desastre se cobró la vida de 123 mujeres y 23 hombres, conmocionó la ciudad y sirvió para hacer avanzar -a un alto costo- las regulaciones de seguridad en el trabajo y el reconocimiento de los derechos de la mujer. Amnistía Internacional España – “Triangle Shirtwaist: el incendio que hizo avanzar el reconocimiento de los derechos de la mujer”.

<https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/triangle-shirtwaist-derechos-de-la-mujer/>

⁸⁸ La Enmienda de Igualdad de Derechos declara: "La igualdad de derechos ante la ley no puede ser negada ni restringida por Estados Unidos o por cualquier Estado por motivos de sexo". El Congreso introdujo por primera vez la enmienda en 1923, pero la campaña de ratificación despegó en la década de los 60, durante el movimiento por los derechos civiles.

BBC - “Las mujeres que lucharon contra la igualdad de género” (2018)

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-44347341#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Enmienda%20de,Estado%20por%20motivos%20de%20sexo%22.>

Teniendo en cuenta estos antecedentes, quisimos incorporar ambos colores -morado y verde- como parte de la identidad de marca de nuestro sitio y redes. Gracias a la plataforma de diseño gráfico en línea “Canva”⁸⁹ creamos cuatro propuestas iniciales de lo que podría ser nuestro logotipo oficial.



Imagen n°8: Elaboración propia de logotipos con Canva

Partimos jugando con tipografías que fueran de nuestro agrado; diseños que incorporaran los colores deseados e íconos que reforzaran la idea de un “radar” como elemento distintivo de nuestro medio. Sin embargo, las alternativas gráficas gratuitas que nos proporcionaba la plataforma no nos convencían para lograr esta intención.

Tomando los elementos de los logotipos de inspiración que presentamos recientemente, decidimos seleccionar términos que describieran a la perfección los componentes que deseábamos rescatar para nuestro diseño:

- Simple
- Sobrio
- Llamativo
- Original

Quisimos mantener el nombre de Radar Feminista como foco principal del diseño, sin dejar de lado el poder incorporar elementos gráficos sutiles pero atractivos que finalmente aporten a la identidad visual de la marca. Modificamos los diseños seleccionando la tipografía “Intro Rust”, que ofrece la plataforma de Canva PRO (versión pagada que obtuvimos con los 30 días de prueba gratuita). Esto permitió ampliar la opción de tipografías y diseños gráficos, y dejarlo en formato PNG para utilizarlo en distintos espacios.

⁸⁹ Canva es una herramienta gratuita de diseño gráfico en línea que puede usarse para crear publicaciones, presentaciones y gráficas para redes sociales.
<https://www.canva.com/>



Imagen n° 9: Elaboración propia propuestas de logotipo finales

Cambiamos el ícono de un radar por un pin de ubicación, siguiendo la lógica del funcionamiento que tendría nuestro mapa. Finalmente, y a partir de estas dos últimas, nos decidimos por la propuesta de logo definitiva.



Imagen n° 10: Creación propia de versiones del logotipo oficial de Radar Feminista

El ícono de estela rayada con colores verde y morado tipo “serpiente” fue pensado como una relación de lo larga y angosta que es la geografía del territorio chileno. El juego de cambio de colores fue meditado como una especie de división, tal como ocurre con las regiones de nuestro país. Esto se une al pin como si se estuviera marcando una ubicación continuando la línea de la georreferenciación.

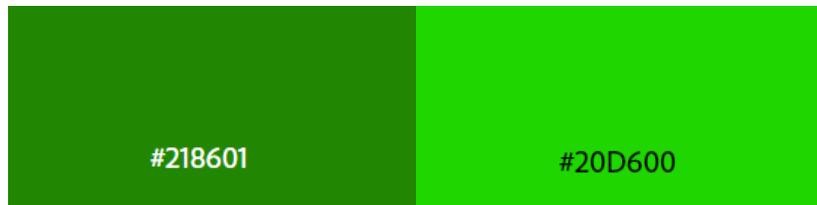
Otra de las decisiones fue utilizar el blanco y negro como contrastes principales de la identidad; tanto del logo del sitio y de las redes sociales. Esto aportó una dualidad y adaptabilidad frente a diversas estéticas que calzan con la idea de diseño de gráficas de Instagram, y diseño del sitio web que explicaremos más adelante. Además de los cuatro logotipos en formato cuadrado y redondo mostrados anteriormente, se generaron otros dos logos en formato PNG sin fondo con las tipografías en versión blanco y negro.

Todas las versiones del logotipo oficial están creadas con un formato PNG y tamaño cuadrado de 1080x1080 píxeles.

Gracias a la definición final del logotipo, seleccionamos los colores verde y morado para la creación de una paleta de colores que es la principal base de nuestro proyecto.



Paleta de colores n° 1 - Tonos morados (Adobe Color)



Paleta de colores n° 2 - Tonos verdes (Adobe Color)

Estos colores acompañan al diseño en las publicaciones de redes sociales y sitio web, como tonos bases cromáticos que se complementan con los colores acromáticos (blanco y negro).

En cuanto a la tipografía, si bien decidimos tener un estilo libre que se adapte a las necesidades de cada contenido, hemos seleccionado tipo de letras que sean sencillas y definidas para que la cantidad de colores, ilustraciones e imágenes no saturen ni generen fatiga a las usuarias.

Antonio AaBbCc Open Sans AaBbCc

Impact AaBbCc Oswald AaBbCc

Tipografía de Radar Feminista

Con una noción general de la finalidad del proyecto decidimos que, mientras creábamos el sitio, debíamos partir simultáneamente con la activación de una primera red social que consideramos más pertinente a nuestros objetivos y que permitiera visibilizar el

medio. Así, el 31 de mayo del 2023, se creó la cuenta de Instagram de Radar Feminista⁹⁰.



Imagen n° 11: Captura de pantalla extraída de IG: @radarfeminista.cl

La puesta en marcha de la cuenta de la red social comenzó con la presentación del medio digital que buscábamos forjar. Para esto se realizaron tres publicaciones -que hasta hoy continúan fijadas al perfil- tituladas:

- “Convocatoria: Organizaciones feministas de todo el territorio chileno”
- “¿Qué es Radar Feminista?”
- “¿Con qué tipo de organizaciones buscamos aliarnos y con qué finalidad?”

Junto a la activación de la red social y a la presentación del medio digital, procedimos a contactar una base de 282 organizaciones⁹¹ de diversas localidades a través de mensajes por Instagram, correo electrónico y WhatsApp, para así informar sobre nuestro medio digital e invitar a participar.

La idea de contactar redes y agrupaciones que trabajen la temática de género no sólo permitió cumplir con nuestros objetivos en relación a la incorporación del mapa geolocalizador, sino que además creó una articulación y registro de contactos que nos ayudó a impulsar y difundir nuestro medio digital, e inclusive facilitó gestiones de prensa para contenido.

Generamos una primera base de datos de caracterización⁹² que detalla la vía de contacto que tuvimos con 94 organizaciones, de las cuales obtuvimos respuesta directa y/o se inscribieron en el formulario. En esta etapa, gracias al formulario de Google explicado en el punto anterior, se respondieron algunas preguntas como:

⁹⁰ Cuenta de Instagram creada el 27 de junio del 2023 – <https://www.instagram.com/radarfeminista.cl/>

⁹¹ Anexo B 3

⁹² Anexo B 3

- *“¿Se discutió e informó sobre el proyecto de Radar Feminista a sus compañeras, decidiendo en colectivo formar parte como una organización colaboradora? (Con el fin de mantener un contacto constante y bilateral con Radar Feminista para compartir y visibilizar la labor de su organización en nuestro medio periodístico)”.*
- *“¿En cuál/es región/es están presentes?”.*
- *“Dirección (Lo más exacto que puedan si poseen sede o espacio físico, de lo contrario sólo ciudad/es y/o comunas)”.*
- *“Tema de la organización”.* (Aquí se despliegan las categorías que actualmente se utilizan en el sitio y las notas de prensa).
 - Violencia intrafamiliar, de pareja y/o de género
 - Derechos sexuales y reproductivos
 - Asesorías y orientación (jurídica, psicológica, etc.)
 - Diversidad, expresión de género, inclusión
 - Educación, arte, cultura y recreación
 - Ruralidad, etnia, migración
 - Mujeres profesionales (comunicadoras, abogadas, etc.)
 - Mujeres en Política
 - Memoria y DDHH
 - Niñez y Juventud
 - Datos y estadísticas - Investigación
 - Mujeres en las ciencias

La elección de cada uno de los temas fue un proceso que tomó tiempo en desarrollar. En un principio teníamos cinco categorías generales que fueron mutando a medida que comenzó el proceso de diálogo y reunión con las organizaciones. El resultado de las conversaciones con las colaboradoras -quienes profundizaron la labor que realizaban y los temas que abarcaban-, fueron una inspiración y una lección que nos obligó a aumentar el número de categorías y generar un equilibrio que permitiera no excedernos en los temas a ordenar, y al mismo tiempo respetar y valorar la multiplicidad de áreas en las que penetran los feminismos en las comunidades. Fue así que se decidió ampliar a 12 las categorías que utilizamos para ordenar los contenidos presentes en el medio, sin descartar la posibilidad de que -en un futuro- experimenten cambios.

Posterior a este proceso de caracterización se creó una tercera y final base de datos con la información pública de 67 organizaciones⁹³ que aceptaron -en esta primera instancia- participar y aparecer en el mapa del sitio, compartiendo su información de contacto y materiales complementarios que solicitamos para que sean ingresadas.

La caracterización y orden de las organizaciones mediante la base de datos permitió determinar que:

- Se cumple parte de nuestro objetivo que tiene como foco la descentralización del acceso a la información y contacto de redes feministas, al conseguir la cobertura de 15 de las 16 regiones que abarca el territorio nacional, faltando solo la Región de Tarapacá.
- De un universo de 67 organizaciones, 15 tienen presencia a nivel nacional o en más de una región o comuna.
- 49 organizaciones trabajan en más de una temática.
- 104 son los puntos de georreferenciación contenidos en el mapa.

Una vez ordenados los datos y generado el flujo en nuestra plataforma, continuamos con el paso más importante que tiene que ver con su diseño.

Diseño de sitio

A recomendación de nuestro profesor guía, Lionel Brossi, quien ha utilizado anteriormente BlueHost⁹⁴ para el desarrollo de otros sitios, fue que elegimos este servidor como Hosting para la creación de nuestra plataforma.

Un hosting es un servicio digital que almacena la información de un sitio web en centros de procesamiento. “El hosting proporciona la infraestructura indispensable como servidores, almacenamiento, ancho de banda y otras características técnicas, para que el sitio web sea accesible y funcional” (Coppola, 2023).

BlueHost ofrece una variedad de servicios y planes dependiendo de los requerimientos que tenga el comprador. En nuestro caso, los planes para emprendedores son los que más se ajustaban a nuestras necesidades, teniendo finalmente las siguientes dos opciones:

⁹³ Anexo B 3

⁹⁴ BlueHost es un servidor que permite alojar sitios web de WordPress, ofreciendo planes específicos para WordPress y compatibilidad con softwares como bases de datos MYSQL
https://www.bluehosting.cl/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA0syqBhBxEiwAeNx9Nxj6qhlM_SFzAx5SLyqD8axc96JGmB5-YZ2FUOafJ1aDgl3M06p4UhoChskQAvD_BwE

Plan	Descripción	Preço Anual + IVA	Preço Anual + IVA (2 años)	Preço Anual + IVA (3 años)	Características
POWER	Un plan preciso para requerimientos puntuales.	\$38.900	\$30.900	\$22.900	Hasta 50% más poderoso que hosting comunes; Espacio almacenamiento SSD ilimitado; 1 sitio web; Cuentas de correo ilimitadas; Bases de datos ilimitadas; Transferencia de datos sin medición; SSL Gratuito Let's Encrypt.
FULL	Los recursos que tus proyectos exigen.	\$43.900	\$34.900	\$25.900	40% más poderoso que plan Emprendedores Power; Espacio almacenamiento SSD ilimitado; Sitios web ilimitados; Cuentas de correo ilimitadas; Bases de datos ilimitadas; Transferencia de datos sin medición; SSL Gratuito Let's Encrypt; Dominio .CL gratis por 1 año.

Imagen n° 12: Comparativa de planes extraídos de sitio Blue Hosting

Si bien el plan Power es más económico, este no incluía el dominio “.CL” y se debía comprar de forma separada. Además, si se adquiere en el mismo sitio de Bluehosting, saldría \$12.900; es por ello que optamos por el plan Full.

A fines de junio del 2023, misma fecha en la que se contrató el plan, activamos nuestro dominio como **radarfeminista.cl** con una duración de un año.

Una vez adquirido el dominio y hosting comenzamos a crear el sitio web a través de WordPress⁹⁵ y a utilizar las herramientas que ofrece de manera gratuita. “WordPress es el sistema de gestión de contenidos, o CMS (Content Management System) más popular de la web. Se creó originalmente como una herramienta para la publicación de blogs, portales web, galerías de imágenes e incluso comercio online” (Gil Ezquerro, 2012, p.12).

Para la personalización del sitio probamos una amplia gama de temas predeterminados que pudieran calzar con los componentes que esperábamos para el medio, entre ellos

⁹⁵ “WordPress es un software de código abierto que puedes utilizar para crear un hermoso sitio web, un blog o una app”. - <https://cl.wordpress.org/>

“Twenty Twenty Four”⁹⁶ y Zeever⁹⁷. Estos temas tienen en común un estilo de carácter minimalista. El problema que se nos presentó fue que, al no ser temas enfocados para un contenido periodístico, se volvía mucho más difícil ordenar las secciones de nuestro menú.

Adicional a esto, el sitio contratado presentó errores técnicos que generó una preocupación en cuanto a seguridad y estabilidad del tema. Uno de los errores que se presentó constantemente en la realización y funcionamiento del sitio -y que afectaba en gran medida nuestros avances- fue el que mostramos a continuación:

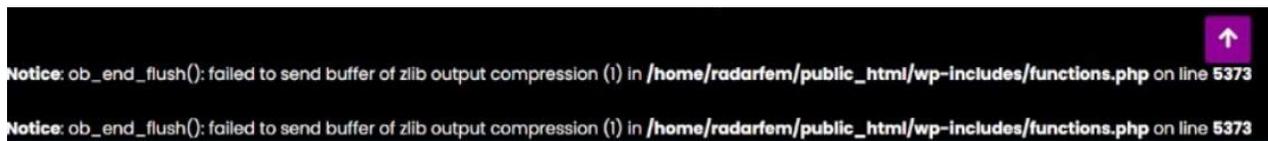


imagen n°13: Captura de pantalla de error #5373 producido en sitio de Radar

Es por ello que, a raíz de estas fallas que escapan del área de nuestros conocimientos de diseño digital con la plataforma de WordPress, y al ser la primera vez que utilizábamos un hosting pagado, es que contamos con la asesoría y orientación de Enzo Riquelme, programador Fullstack que colaboró con el proyecto, guiándonos para la toma correcta de decisiones y colaborando con Radar Feminista en la solución de problemas técnicos. Su trabajo fue remunerado y se añade al documento del presupuesto requerido en la creación del sitio⁹⁸.

Finalmente, el tema seleccionado para la construcción fue Newscrunch⁹⁹, un sitio predeterminado para la creación de medios digitales; tales como blogs, revistas, notas periodísticas, entre otros.

⁹⁶ Twenty Twenty-Four está diseñado para ser flexible, versátil y aplicable a cualquier sitio web. Su colección de plantillas y patrones se adapta a diferentes necesidades, como presentar un negocio, escribir blogs y escribir o exhibir un trabajo.

<https://wordpress.org/themes/twentytwentyfour/>

⁹⁷ Zeever es una plantilla de tema de estilo oscuro moderna, receptiva y elegante para la edición completa del sitio de WordPress y totalmente compatible con el complemento Gutenberg.

<https://cl.wordpress.org/themes/zeever/>

⁹⁸ Anexo B 4

⁹⁹ Newscrunch es un tema para blogs y revistas. Es un tema ligero, elegante y totalmente adaptable diseñado específicamente para crear revistas, periódicos, editoriales, blogs y sitios web dinámicos de noticias. Se integra perfectamente con el editor de bloques Gutenberg, lo que te permite construir tu web sin esfuerzo utilizando bloques intuitivos

<https://cl.wordpress.org/themes/newscrunch/>

La distribución preconfigurada del tema permitió sentar las bases para visualizar y esbozar la apariencia esperada para el sitio web.

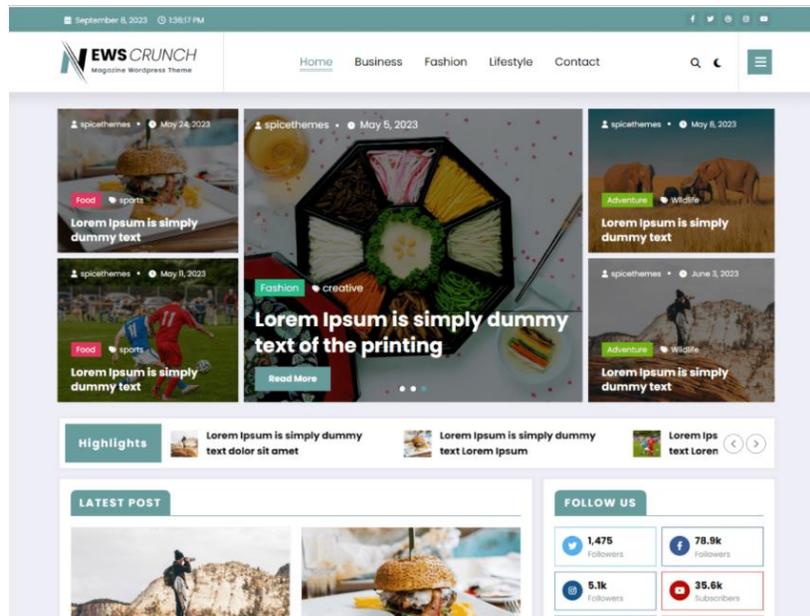


Imagen n° 14: Tema predeterminado NewsCrunch de Wordpress

Se definieron los elementos esenciales del diseño como la disposición general de la página, la arquitectura de menús y la clasificación de las categorías definidas para el orden de contenidos.

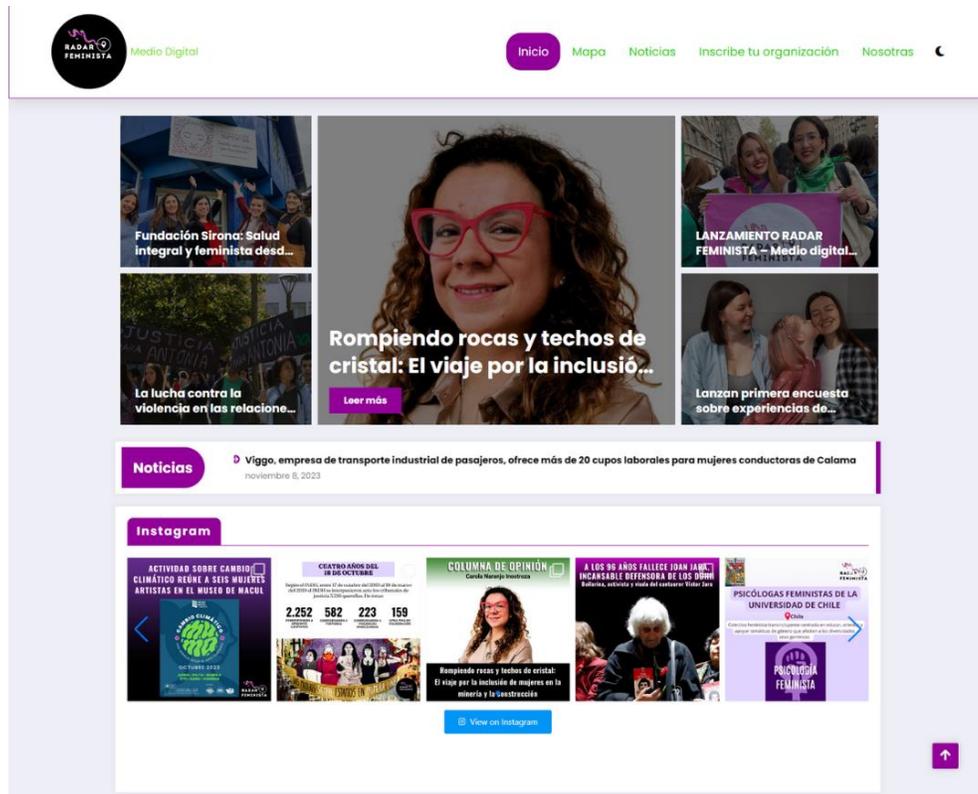


Imagen n° 15: Captura sitio oficial Radar Feminista

A diferencia del Wireframe realizado del primer prototipo, esta vez decidimos ordenar de manera uniforme los elementos visuales del sitio, sacando provecho al tema activado. El logo fue posicionado en el header con una sutil leyenda al costado que dice “Medio digital”. Además se replicó el menú del mapa de contenidos y se priorizó la portada de noticias preconfigurada en el tema seleccionado. También, debajo de este, se le sumó una barra con los titulares que se desliza como una especie de barrido que da paso a la siguiente noticia.

El tema Newscrunch posee una herramienta que consideramos muy útil en cuanto a adaptación visual y que mencionamos anteriormente en el punto de “Principios del Diseño Universal”. Esta se refiere a la posibilidad de adaptar la pantalla del sitio en modo claro o modo oscuro, jugando con los contrastes del color de las letras e inclusive con las versiones del logotipo en blanco y negro.

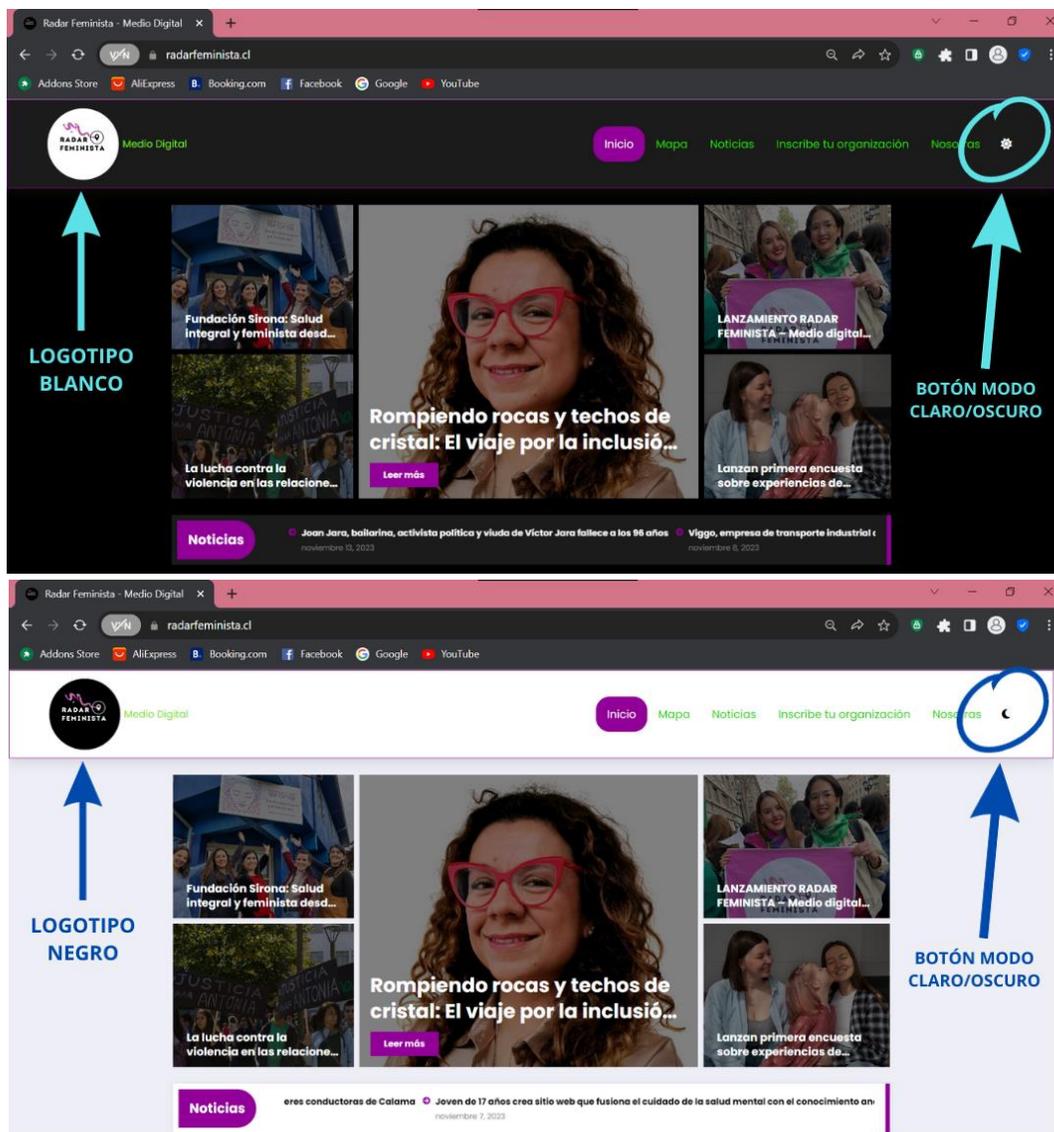


Imagen n° 15: Versión modo oscuro y versión modo claro. Sitio Radar Feminista

Para ampliar las funcionalidades que tiene WordPress por defecto, fueron utilizados diversos Plugins¹⁰⁰ que perfeccionaron tanto la operatividad del sitio como su estética. Entre ellos se utilizó el plugin “Social Feed Gallery”¹⁰¹ que permitió anclar nuestra cuenta de Instagram en un estilo de galería tipo carrusel.

¹⁰⁰ Los plugins de WordPress son herramientas que pueden ayudarte a mejorar la funcionalidad de tu sitio, sin la necesidad de aprender a programar. Puedes pensar en ellos como en aplicaciones que te dan más control sobre tu contenido. Los plugins pueden simplificar algunos aspectos de la construcción de sitios. <https://wordpress.com/es/go/creacion-de-webs/que-son-los-plugins-y-temas-de-wordpress-tutorial-para-principiantes/>

¹⁰¹ Social Feed Gallery es el plugin definitivo para integrar el feed de Instagram perfectamente en un sitio de WordPress. <https://es.wordpress.org/plugins/insta-gallery/>

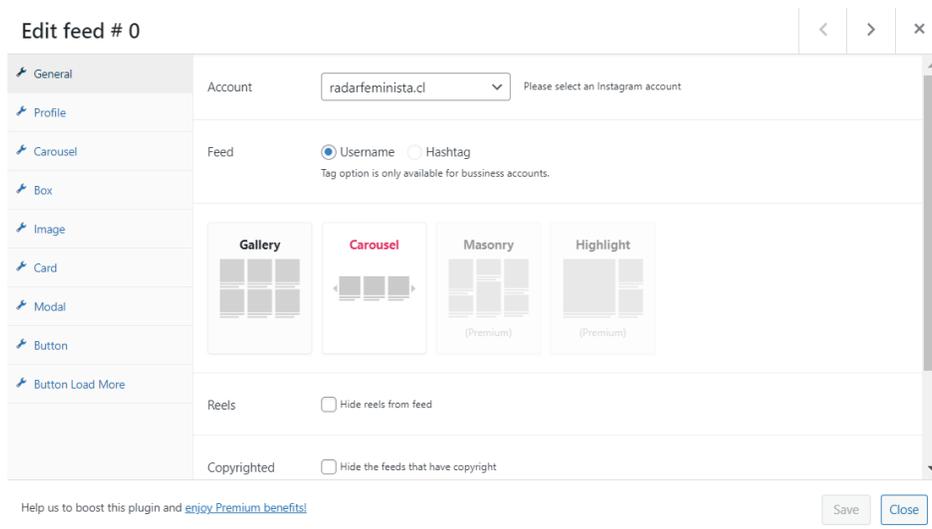


Imagen n° 16: Captura panel de configuración Social Feed Gallery

Finalmente, y gracias a la herramienta de personalización de estilo que ofrece el plugin, pudimos anclar nuestra red social a la página, seleccionando cómo queríamos que apareciera el feed (tipo carrusel) y el diseño de colores acorde a nuestra paleta.

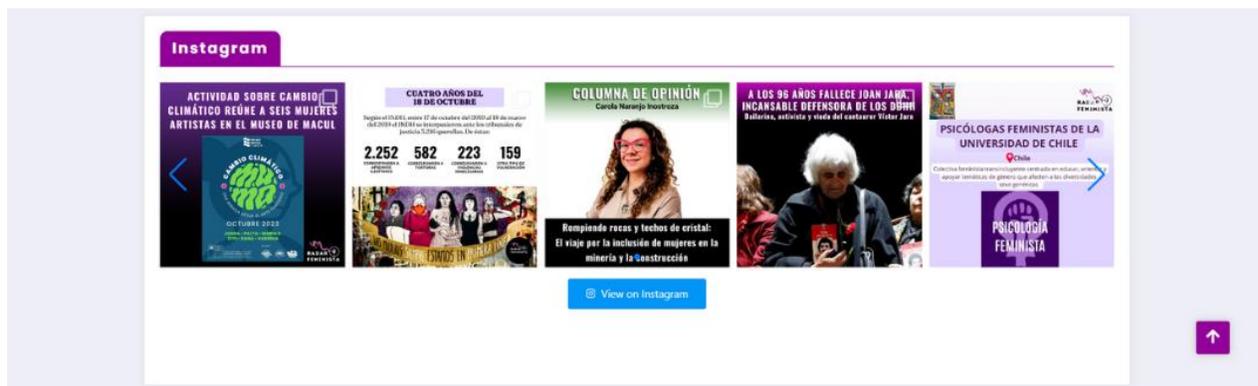


Imagen n° 17: Feed de instagram en sitio web de Radar Feminista

Debajo del feed de Instagram se incorporó un bloque llamado “Categorías”. Aquí se encuentran las 12 temáticas definidas anteriormente que funcionan como botones. Al clicar una categoría en específico, se redirige a una sección de noticias relacionadas a la categoría seleccionada. Como no deseábamos que fuese un botón simple con sólo el título de cada categoría, decidimos diseñar 12 íconos gráficos con la herramienta de Canva para entregar un toque personal y atractivo a las tarjetas/botones.

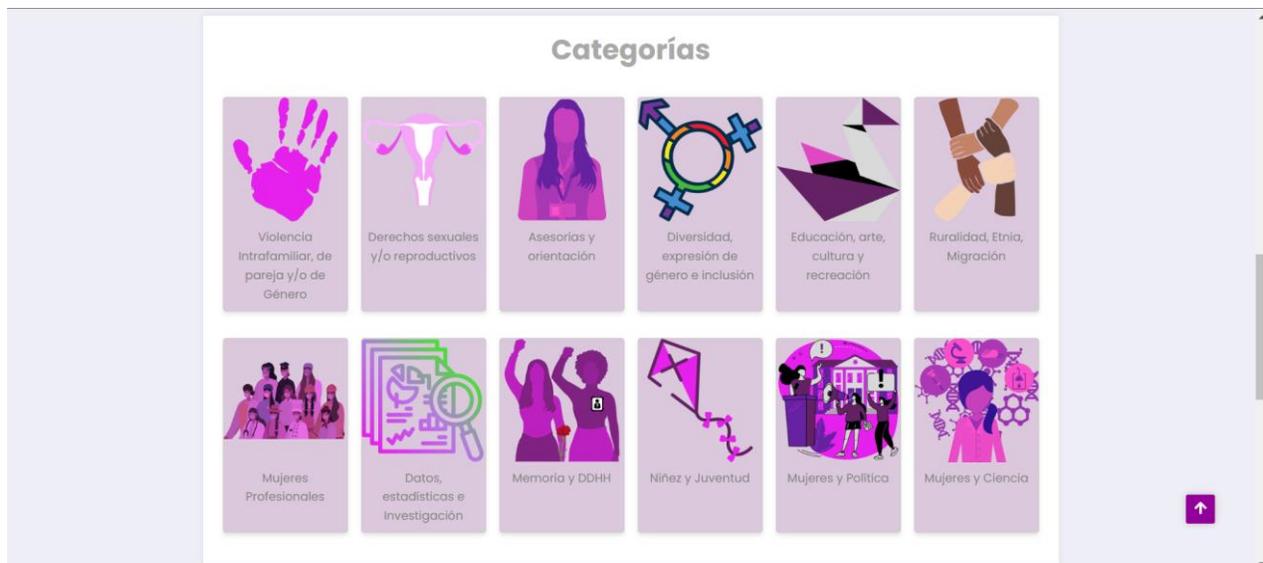


Imagen n° 18: Categorías página de inicio Radar Feminista

Ya finalizando la página de inicio del sitio, se incorporó un footer fijado en todas las secciones y menús de nuestra plataforma donde nuevamente posicionamos las categorías que redireccionan a notas de prensa. Además, se incorporaron dos íconos: uno que dirige a nuestro Instagram y otro a nuestro correo electrónico (contacto@radarfeminista.cl). Al final de la página se repite el menú, facilitando la navegación de la página.

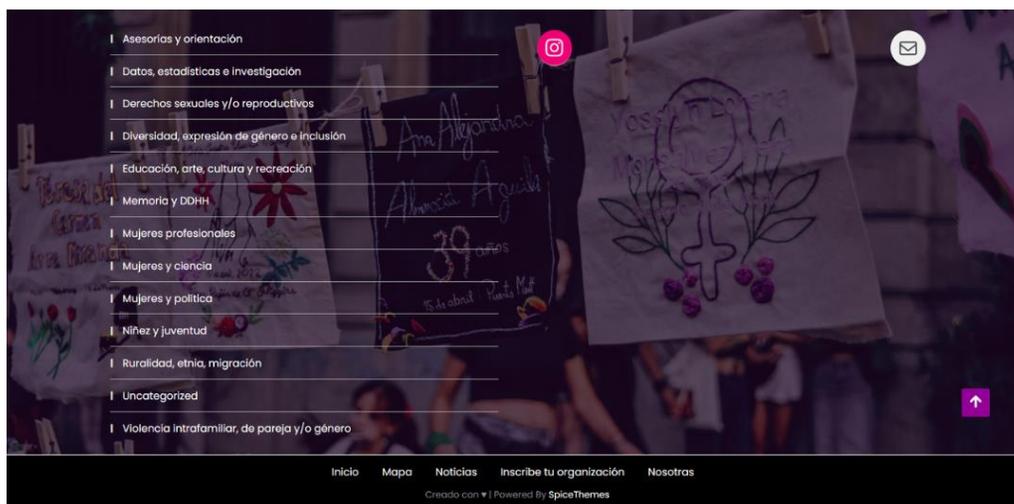


Imagen n° 19: Footer sitio Radar Feminista

Todas las imágenes fotográficas utilizadas para estilizar y decorar el sitio son de nuestra completa autoría, lo que nos permite evitar conflictos en temas de derechos de autor.

Además del plugin “Social Feed Gallery”, otros fueron incorporados por parte del programador con la finalidad de mejorar la productividad, privacidad y seguridad de la

web. Enzo Riquelme, programador y asesor técnico del proyecto de Radar Feminista señala en documentación de Radar¹⁰² que “se implementaron y configuraron plugins esenciales para garantizar el funcionamiento y la seguridad del sitio. Esto incluyó la selección y configuración de herramientas específicas, como plugins para SEO y seguridad, que se consideran vitales para la protección y el rendimiento a largo plazo del sitio”.

Algunos de estos plugins instalados¹⁰³ fueron los siguientes:

1. Directorist - Business Directory Plugin (Versión 7.7.3)¹⁰⁴

Este plugin fue contratado para la realización del directorio de organizaciones feministas a nivel nacional, logrando ingresar los datos de contacto de nuestra base de datos a la sección “Mapa” del sitio web. El valor de este se encuentra incluido en nuestro documento de presupuesto.

2. Directorist - Listings with Map (Versión 1.6.5)

Esta es una extensión del plugin de “Directorist” que nos permitió generar el mapa del sitio, anclando la ubicación geográfica con el directorio de las organizaciones feministas.

3. Health Check & Troubleshooting (Versión 1.7.0)

Verifica el estado de la instalación de WordPress para solucionar posibles problemas.

4. SEO Optimized Images (Versión 2.1)

Inserta dinámicamente atributos optimizados para el SEO¹⁰⁵ en las imágenes.

5. Site Kit by Google (Versión 1.111.1)¹⁰⁶

¹⁰² Anexo B 5

¹⁰³ Anexo B 5

¹⁰⁴ Solución integral para crear un sitio de directorio profesional de cualquier tipo.. <https://directorist.com/>

¹⁰⁵ SEO significa Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube.

[https://rockcontent.com/es/blog/que-es-](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/#:~:text=SEO%20significa%20Search%20Engine%20Optimization,como%20Google%2C%20Yahoo%20o%20Youtube.)

[seo/#:~:text=SEO%20significa%20Search%20Engine%20Optimization,como%20Google%2C%20Yahoo%20o%20Youtube.](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/#:~:text=SEO%20significa%20Search%20Engine%20Optimization,como%20Google%2C%20Yahoo%20o%20Youtube.)

¹⁰⁶ Site Kit es el complemento oficial de WordPress de Google para obtener información sobre cómo las personas encuentran y utilizan su sitio. <https://wordpress.org/plugins/google-site-kit/>.

Permite vincular el sitio web con herramientas de Google tales como Google Analytics¹⁰⁷.

6. **Spice Social Share (Versión 1.0)**¹⁰⁸

Añade botones de compartir en redes sociales a las publicaciones.

7. **Yoast SEO (Versión 21.3)**¹⁰⁹

Permite integrar soluciones de SEO al contenido.

La segunda sección que ofrece el menú posterior al “Inicio” o página principal es la del mapa. En un principio, la creación de esta funcionalidad experimentó varias complicaciones al utilizarse Flourish¹¹⁰, la primera opción para la realización de un mapa interactivo.

El problema que surgió con esta herramienta fue que no contaba con el mapa de Chile preconfigurado por defecto, ralentizando la posibilidad de crear un mapa a corto plazo.

El plugin de “Directorist” y la extensión de este nos permitió ingresar la información a nuestra base de datos de organizaciones, transformándola en un mapa y directorio anclado a las 12 categorías en temas de género de nuestro proyecto.

¹⁰⁷ Google Analytics es una plataforma que recoge datos de sus sitios web y aplicaciones para crear informes que proporcionan estadísticas

<https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=es>.

¹⁰⁸ Este plugin permite agregar botones para compartir en redes sociales a sus publicaciones.

<https://es.wordpress.org/plugins/spice-social-share/>

¹⁰⁹ Mejora el SEO de tu WordPress

<https://es.wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>

¹¹⁰ Flourish convierte fácilmente sus datos en impresionantes gráficos, mapas e historias interactivas.

<https://flourish.studio/>

Mapa

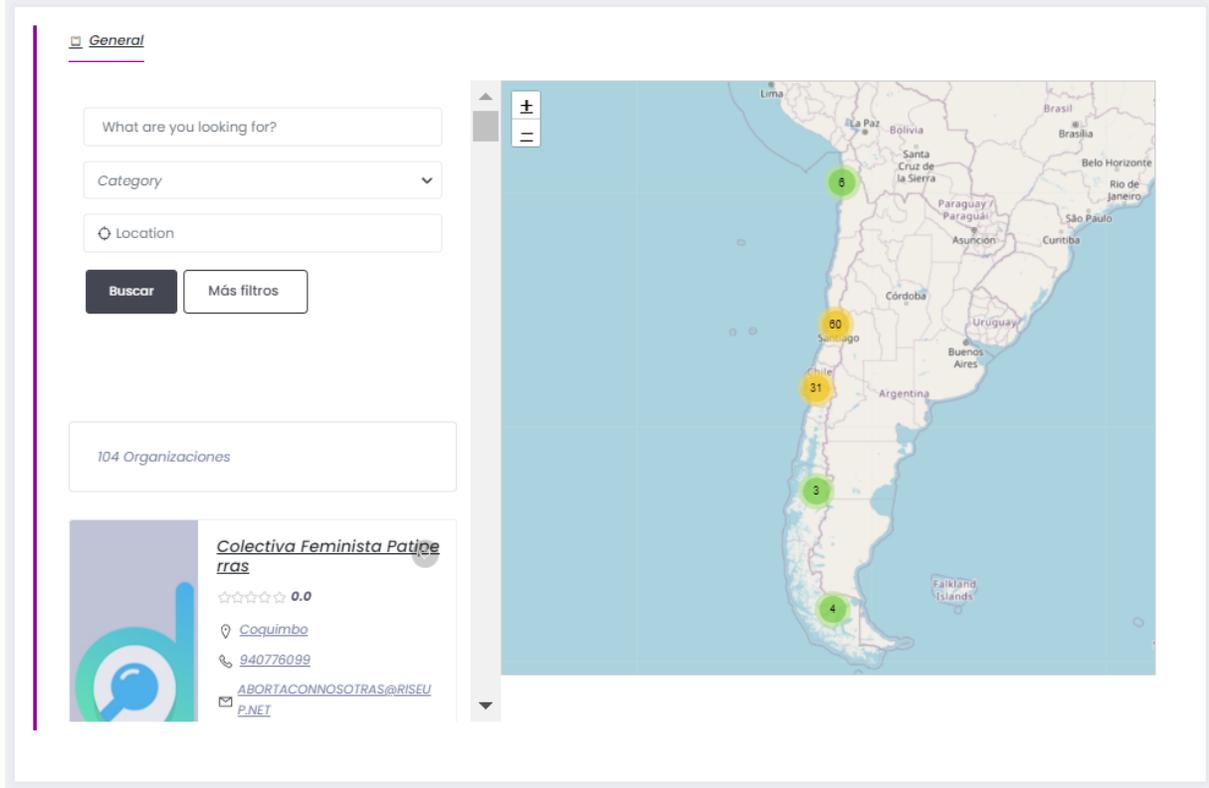


Imagen n° 20: Captura de pantalla sección del menú “Mapa”

Pese a que no tuvimos opción de cambiar las casillas de búsqueda a español, el mapa funciona óptimamente, marcando los puntos donde se encuentra cada organización y haciendo zoom automático a medida que se clickea la zona específica a la que se desea consultar.

Al costado izquierdo es posible realizar una búsqueda por categoría o locación, además de presentarse un listado tipo directorio.

What are you looking for?

Category

Searching...

- Asesorías y orientación
- Datos, estadísticas e investigación
- Derechos sexuales y/o reproductivos
- Diversidad, expresión de género e inclusión

104 Organizaciones

Imagen n°21: Casilla de búsqueda por categoría del mapa

Mapa

General

What are you looking for?

Category

Maule

Buscar Más filtros

3 Organizaciones

RED DE ABOGADAS DEFENSORAS DE MUJERES

Red de Abogadas Defensoras de Mujeres – Maule

0.0

Maule

reddefensorasdemujeres@gmail.com

Imagen n° 22: Resultado de búsqueda por locación específica

Al seleccionar la casilla de una organización, se redirige a una página que posee la descripción de la organización e información de contacto (correo electrónico, redes sociales y/o teléfono) y ubicación. Esta última será específica en el caso de que las organizaciones cuenten con espacio físico de carácter público o por el contrario, será una ubicación generalizada con el fin de respetar la privacidad de cada agrupación.

En el caso de las organizaciones que tienen cobertura nacional, quedan por defecto en la Región Metropolitana. Por ello, en los títulos se señala que son nacionales.

Otro adicional que posee la presentación de las organizaciones es la posibilidad que tienen las usuarias de valorar, calificar y generar comentarios sobre la organización; permitiendo interactuar y opinar sobre el trabajo realizado por cada una de las redes. Esto permite mantenernos en constante alerta sobre el tipo de organizaciones ingresadas a nuestro sitio.

The image shows a user interface for writing a review. At the top left, it says "Fundación Honra - Santiago - 0 reseñas". At the top right, there is a dark button with a star icon and the text "Escribe tu reseña". Below this, a light gray bar contains the text "Aún no hay reseñas." Underneath is a white box with the heading "Escribe tu reseña". Below that is a "Puntuación" section with five star icons, the first two of which are filled. Below the stars is a "Comentario" section with a text area containing the placeholder text "Comparte tu experiencia y ayuda a otros a tomar mejores decisiones". At the bottom left of the form is a dark button labeled "Enviar valoración".

Imagen n° 23: Casilla de comentarios y valoración Fundación Honra en sitio de Radar Feminista

Pasando a la siguiente opción del menú, nos encontramos con la sección de noticias. Aquí son presentadas -en formato columna- las portadas de noticias (foto de portada, titular y bajada) ordenadas desde la más reciente a la más antigua.

Noticias



Rompiendo rocas y techos de cristal: El viaje por la inclusión de mujeres en la minería y la construcción

Por: Carolina Noriega Inostroza Hace unos días el Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género de la Región de Coquimbo me invitó a dar una charla magistral para compartir mi experiencia de trabajo en la academia -en áreas de investigación, docencia y consultoría- en el Encuentro Nacional "Promoviendo la Inserción, permanencia y...



Joan Jara, bailarina, activista política y viuda de Víctor Jara fallece a los 96 años

La noticia la dio a conocer la Fundación Víctor Jara en sus redes sociales, informando sobre su valentía para el lunes 12 de noviembre, en el Centro de Cultura Espiral. La tarde del domingo se confirmó el fallecimiento de Joan Turner de Jara, reconocida bailarina, activista política británica y luchadora incansable por los derechos humanos...



Viggo, empresa de transporte industrial de pasajeros, ofrece más de 20 cupos laborales para mujeres conductoras de Calama

El reclutamiento de conductoras profesionales se enmarca en la iniciativa "Más Mujeres al volante", que busca abrir oportunidades laborales a mujeres con licencia para conducir. Para nuevos contratos en la ciudad de Calama, la empresa de transporte de pasajeros Viggo se encuentra en búsqueda de conductoras profesionales que puedan cubrir más de 20 cupos laborales...



Joven de 17 años crea sitio web que fusiona el cuidado de la salud mental con el conocimiento ancestral

Imagen n° 24: Sección noticias menú Radar Feminista

Si bien es un formato sencillo y que esperamos perfeccionar más adelante, decidimos que, al encontrarse en etapa de lanzamiento, mantendremos la distribución.

La sección de noticias funciona a través de la utilización de entradas. Estas son proporcionadas por Wordpress para subir contenido tipo blog o en nuestro caso, notas periodísticas. Al publicar una noticia, Wordpress también permite generar etiquetado de las categorías presentes en el sitio, lo que posibilita que todo el contenido esté enlazado.

Las últimas dos secciones de menú que ofrece la página de Radar Feminista corresponden a:

- "Inscribe a tu organización", sección en la que se presenta el "Disclaimer" o "Descargo de Responsabilidad" mencionado anteriormente y que detallaremos más adelante. Además contiene el formulario de Google que logramos anclar directamente a la página con el fin de que las personas inscriban a sus organizaciones sin necesidad de ingresar a un link externo.

- “Nosotras”, una página proporcionada para que las usuarias sepan quiénes somos y cuál es nuestra misión y visión.

3.5 Estrategia de redes sociales

Cuando partió Radar Feminista, Instagram fue el primer recurso que utilizamos para promocionar el proyecto. Debido a esto y, al ser la única red social que -por el momento- hemos decidido asociar con nuestro medio para su difusión, la tarea de trabajar en la estrategia de redes sociales fue mucho más sencilla y precisa, ya que aprovechamos lo que ofrece en términos de dinamismo, versatilidad para la entrega de contenido y fluidez en la forma de contactarse con otros perfiles.

Si bien no utilizamos herramientas de promoción que ofrece Instagram -al ser funcionalidades pagas-, nos centramos en crear vínculos con las comunidades feministas existentes en nuestro país para que actúen como redes de difusión de una forma colaborativa.

Para esto, además de utilizar vías de comunicación como correo electrónico o Whatsapp, se utilizó Instagram para seguir a múltiples cuentas de organizaciones conocidas tanto en la Región Metropolitana como en otras regiones, y se creó un mensaje estándar para ser enviado de manera masiva e invitar a conocer, participar y colaborar en el medio:

“¡Hola! 🙌😊 Mucho gusto.

Somos Julieta y Renata, memoristas de título de periodismo en la Universidad de Chile. Nos dirigimos a ustedes para presentarles nuestro proyecto llamado Radar Feminista, un medio periodístico digital que funcionará como servicio de búsqueda para geolocalizar a las diversas organizaciones que trabajan con enfoque de género en Chile en diferentes áreas del feminismo.

Nos gustaría ampliamente que “nombre de la organización” formara parte de este proyecto que busca construir una base de datos sólida y diversa con el fin de ofrecer un servicio efectivo a las mujeres que busquen apoyo e información. Su participación en este proyecto sería de gran valor para la construcción de esta plataforma.

Estaremos encantadas de resolver cualquier duda que puedan tener al respecto. Pueden responder a través de esta misma vía o inscribir directamente a su organización en <https://forms.gle/JwcVVaJKuXdpjnio7>.

♥ También sería de gran ayuda que pudieran seguirnos y difundir nuestro medio.

Contacto por esta vía o por:
contacto@radarfeminista.cl
Instagram: @radarfeminista.cl
+56957537691 / Renata Castillo
+56935056478 / Julieta Salazar

Este mensaje tuvo excelente recepción por parte de la comunidad. Redes de diversas localidades comenzaron a consultar más sobre el proyecto, solicitaron reuniones y se inscribieron. La mayoría de los comentarios fueron positivos; muchas mujeres incluso nos señalaron que ya habían existido otras ideas de proyectos similares a la labor a la que aspiramos, pero ninguna logró realmente concretarse. Estas conversaciones fueron vitales tanto para confirmar el éxito que Radar Feminista podría tener, como para generar -en nosotras- la responsabilidad y compromiso con quienes han querido participar y apoyar el proyecto.

Adicional a los mensajes directos, comenzamos con la labor de activar la red social a través de la publicación constante de contenido e historias, además de interactuar con “me gusta”, comentarios y difusión del contenido de otros perfiles y cuentas afines a nuestros objetivos para producir visibilidad.

Esta estrategia permite generar un alcance orgánico¹¹¹ en el corto plazo, aumentando el número de seguidores y la interacción que tienen las personas con nuestra cuenta.

La frecuencia y periodicidad en que se publica un contenido también es un factor trascendental a la hora de percibir un mayor flujo de actividad de otras usuarias en nuestro perfil. Mientras más contenido o historias subíamos, con una frecuencia mínima de dos publicaciones por semana y máxima de tres publicaciones diarias, logramos obtener más respuestas y seguidoras del proyecto.

Parte del contenido que abordaremos más adelante, en el punto cinco, tiene relación con la forma estilística y editorial de las publicaciones e información de nuestro perfil. Comenzamos a participar de actividades, conversatorios y otras instancias que generaron pauta de lo que sería nuestro contenido periodístico.

¹¹¹ El alcance orgánico en redes sociales es el total de usuarios únicos a los que se les ha mostrado determinada publicación que no ha sido promocionada. A diferencia del llamado “alcance pagado” este tipo de alcance sólo hace referencia a las impresiones de publicaciones de forma natural y sin llevar implícito ningún tipo de coste.

Aritmetrics – Qué es Alcance Orgánico (s.f). <https://www.aritmetrics.com/glosario-digital/alcance-organico>

La gestión de reporte nos llevó a crear materiales que permitieron instalar una herramienta provechosa a la hora de captar nuevas seguidoras. Esta consiste en etiquetar a las personas, entidades u organizaciones en nuestros post de Instagram o historias para que sean compartidas y difundidas por las usuarias. Al ver los efectos positivos que este mecanismo generó, se comenzaron a instalar las publicaciones colaborativas¹¹², permitiendo que nuestras publicaciones, reels o videos aparezcan en el feed o perfil de otras cuentas.

La plataforma de Instagram tiene la posibilidad de trabajar y analizar fácilmente la forma en que interactúan las personas con los perfiles a través de “Estadísticas”, una herramienta que posee la red social para obtener datos relativos que se obtienen de la cuenta (me gustas, comentarios, impresiones, cuentas alcanzadas, entre otros).

Gracias a esta información obtuvimos datos relevantes para la estrategia de contenido; como por ejemplo, saber qué días de la semana y en qué horarios hay mayor interacción y por lo tanto en qué momento es más conveniente publicar contenidos.



Imagen n° 25: Momentos de más actividad en perfil de Instagram de Radar Feminista

Si bien esta estadística siempre dependerá de cada cuenta y el tipo de seguidores, en el caso de Radar Feminista, los días de semana son los de mayor actividad, en especial los jueves a las 18:00 horas. A partir de este tipo de información es que nos hemos guiado para realizar una buena estrategia de redes y por lo tanto, obtener métricas favorables para dar a conocer al medio y obtener un alcance igual de bueno para el lanzamiento del sitio web.

¹¹² Las publicaciones colaborativas aparecen en dos lugares a la vez. También comparten comentarios, me gusta y número de veces compartida. Un usuario crea la publicación y luego invita al otro a ser incluido como colaborador. Una vez que el colaborador acepta, la publicación aparece en las cuentas de ambos usuarios.

3.6 Medición de analíticas

Instagram

Para medir y analizar el crecimiento que ha tenido nuestro perfil desde su creación, utilizamos la herramienta de “Estadísticas” de Instagram para revisar las analíticas que ha tenido la cuenta por 90 días, correspondiente al 21 de agosto hasta el 18 de noviembre de 2023.



Imagen n° 26: Métricas de Instagram (21-08 al 18-11) “Cuentas alcanzadas”

En tres meses, Radar Feminista ha alcanzado 24.778 cuentas y 60.984 impresiones, esto quiere decir el número total de veces que se ha visto una publicación. Si contamos las cifras de los últimos 30 días, alrededor de 3.500 usuarias han interactuado con la cuenta.



Imagen n° 27: Alcance según tipo de contenido

Desde la creación de la red hasta la fecha, hemos conseguido 784 seguidoras. De este total, el perfil principal de quienes siguen a Radar Feminista corresponde a mujeres de entre 24 a 34 años. En cuanto a localidad, en su mayoría está compuesto por público chileno, en específico de la Región Metropolitana.

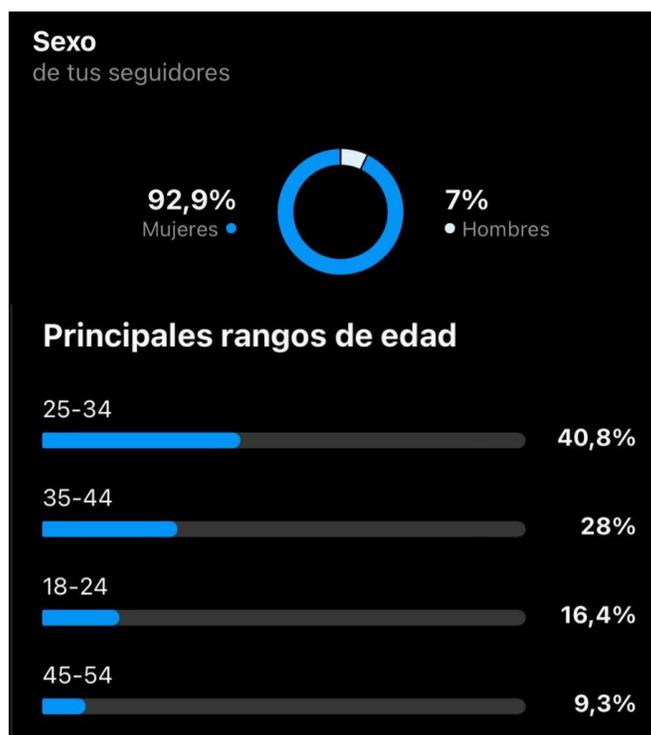


Imagen n° 28: Análisis del sexo y rango etáreo del público objetivo de Instagram

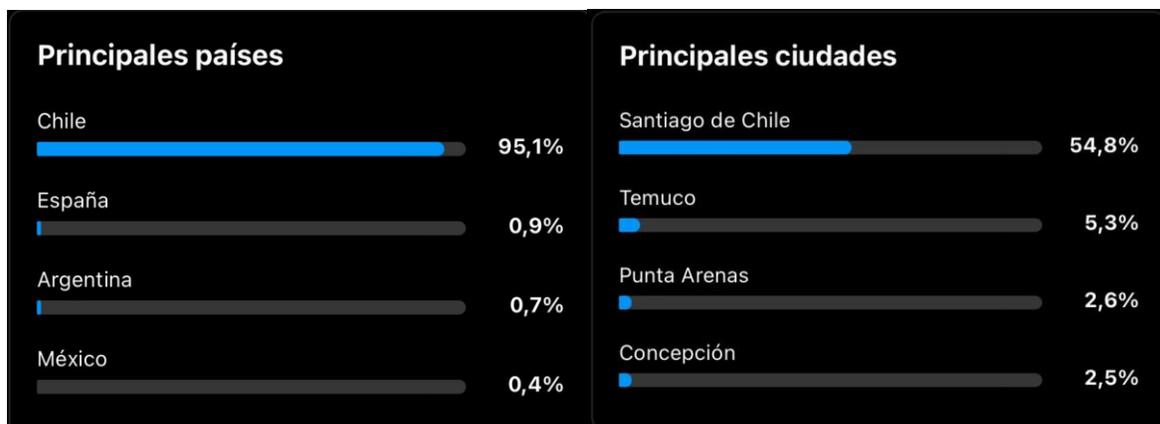


Imagen n° 29: Principal localidad del público objetivo

Sitio Web

Una vez realizadas las pruebas y correcciones necesarias para confirmar un buen funcionamiento del sitio web, Radarfeminista.cl¹¹³ tuvo su lanzamiento oficial para el público el día 13 de octubre del 2023, fecha en la que se comenzó a recoger datos de la interacción del público en la página. En un principio, el plugin “Site Kit by Google” - anteriormente mencionado en el punto “Diseño del sitio”-, nos permitió anclar la herramienta de Google Analytics con la finalidad de hacer un seguimiento de las métricas obtenidas sobre: el total de usuarias que han visitado el sitio web, país desde donde se ingresa, páginas visitadas, canal de origen, entre otros.

Usuarios ▼ por ID del país ▼

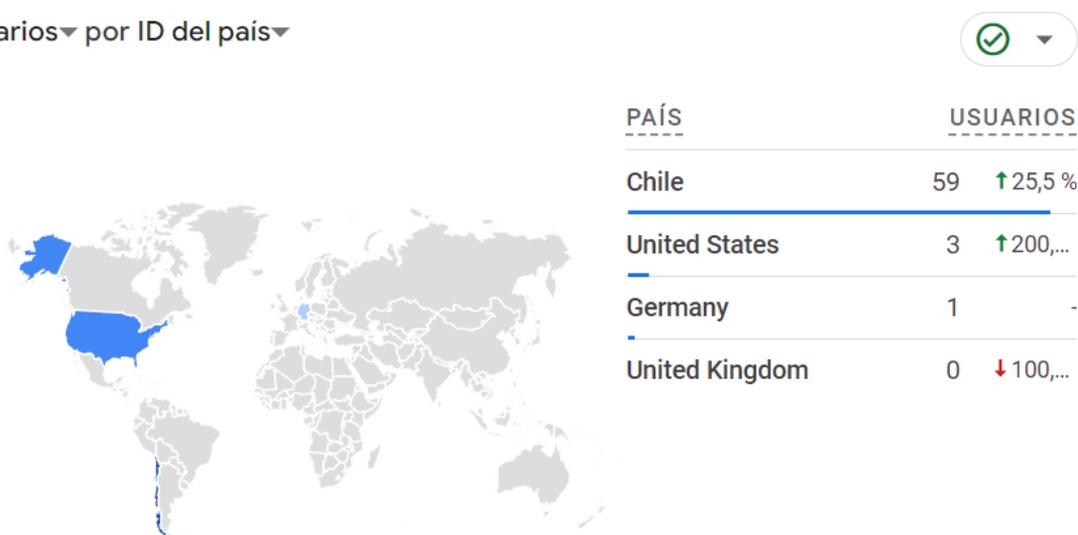


Imagen n° 30: Datos de usuarias de Radar Feminista por país según Google Analytics

¹¹³ Sitio web del medio digital Radar Feminista

(del 13 al 19 de noviembre)

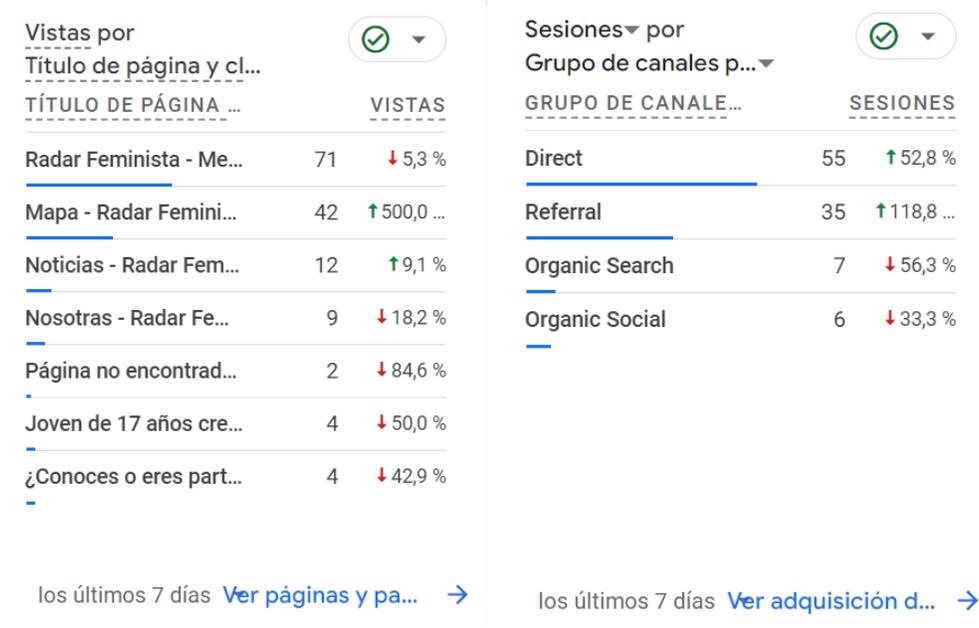


Imagen n° 31: Vistas por página y tipo de canales según Google Analytics (del 13 al 19 de noviembre)

No obstante y por sugerencia del programador Enzo Quezada, descubrimos que gracias al plan contratado en BlueHosting, se entrega un servicio llamado “Awstats”¹¹⁴, una herramienta insertada en la misma página del host que entrega un informe mucho más certero y detallado sobre cómo se han comportado las analíticas del sitio. Gracias a este servicio, fue que recogimos los siguientes datos correspondientes al mes de noviembre:

Resumen					
Periodo mostrado	Mes Nov 2023				
Primera visita	01 Nov 2023 - 02:08				
Última visita	20 Nov 2023 - 08:13				
	Visitantes distintos	Número de visitas	Páginas	Solicitudes	Tráfico
Tráfico visto *	240	460 (1.91 visitas/visitante)	5,792 (12.59 Páginas/Visita)	25,830 (56.15 Solicitudes/Visita)	983.89 MB (2190.21 KB/Visita)
Tráfico no visto *			1,238	2,181	49.57 MB

Imagen n° 31: Captura resumen métricas del mes de noviembre en “Awstats” de Radar Feminista

Del 01 de noviembre al 20 de noviembre se ha obtenido un total de 240 visitantes distintos y 460 visitas al perfil. La primera cifra se refiere a cada una de las visitas que fueron realizadas a través de distintos dispositivos, mientras que en la última se incluyen todas las veces que un visitante pudo haber ingresado al sitio con un mismo dispositivo.

¹¹⁴ Awstats es una aplicación que produce informes estadísticos visuales sobre los visitantes de un sitio web. Bluehost Knowledge Base – <https://www.bluehost.com/help/article/viewing-stats>

Uno de los datos útiles que entrega esta plataforma de analíticas tiene relación a los días del mes, de la semana y horas en que hay más visitas al sitio. Esto nos permite manejar de manera estratégica el contenido, de la misma forma como se realiza con Instagram, pudiendo predecir en qué momentos es más conveniente publicar un contenido e inclusive, cuáles de estos han sido los más llamativos para quienes ingresan.

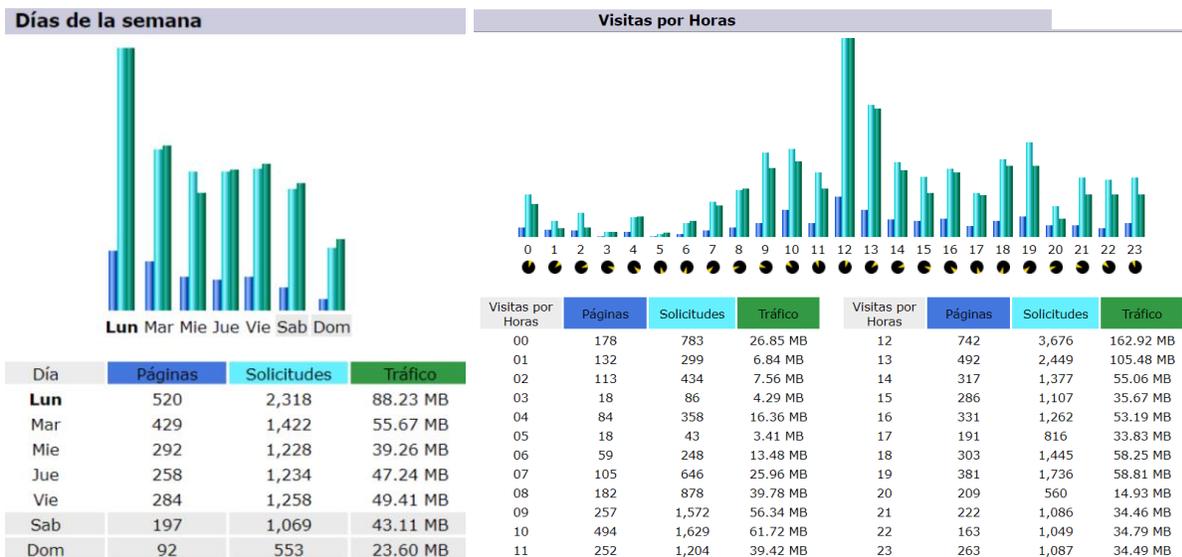


Imagen n° 32: Datos de interacción con el sitio según días de la semana y horarios por “Awstats”

En nuestro caso, la cantidad de visitas va disminuyendo a medida que avanza la semana, siendo los lunes y martes los mejores días para subir contenido. Las 12:00 horas, por otro lado, es el horario en que hubo más interacción con la página.

Si analizamos el mes de noviembre, el día con mayor cantidad de visitas se obtuvo el 13 de noviembre.

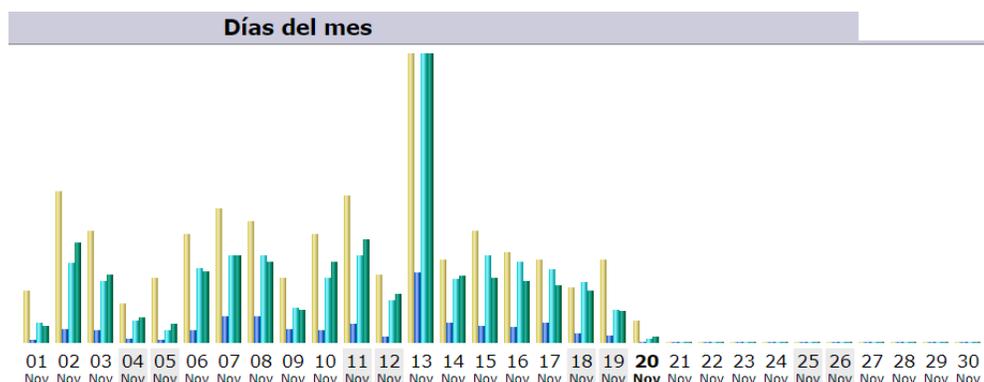


Imagen n° 32: Gráfico de visitas por día en el mes de noviembre según Awstats

Este día en particular coincide con la publicación de dos contenidos el mismo día. El primero, una nota de prensa sobre el fallecimiento de Joan Turner de Jara¹¹⁵ y el segundo, una columna de opinión que informa sobre la inclusión de mujeres en la minería y en la construcción¹¹⁶.

Este tipo de datos nos permite conocer qué contenidos son los más atractivos para quienes ingresan a las notas de la web. Por último, “Awstats” nos proporciona información sobre desde qué sitios se conectan las usuarias de Radar Feminista.

Conectado al sitio desde				
Origen de la conexión	Páginas	Porcentaje	Solicitudes	Porcentaje
Entrada directa o desde Favoritos	2,553	95.7 %	2,681	95.9 %
Enlaces desde algún buscador de Internet - Lista completa	20	0.7 %	20	0.7 %
- Google .com 18 / 18				
- Google .com (catchall) 2 / 2				
Enlaces desde páginas externas (otros sitios web, excepto buscadores) - Lista completa	89	3.3 %	90	3.2 %
- https://uchile.cl 53 53				
- https://l.instagram.com 13 13				
- https://fpei.uchile.cl 6 6				
- https://t.co/Cermw1nBsB 5 5				
- https://t.co/B6PRbVqttY 5 5				
- https://www.linkedin.com 3 3				
- https://www.elmostrador.cl 2 2				
- http://cpanel.radarfeminista.cl 1 1				
- https://uchile.cl/noticias/211031/estudiantes-u-de-chile-lanzan-... 1 1				
- https://app.metricool.com 0 1				
Origen desconocido	3	0.1 %	3	0.1 %

Imagen n° 33: Métricas “Conectado al sitio desde” por “Awstats”

Durante noviembre las personas llegaron a nuestro sitio -principalmente- a través de la página de la Universidad de Chile, debido a una noticia publicada el jueves 02 de noviembre por la casa de estudios sobre nuestro medio digital¹¹⁷.

Google queda en segundo lugar e Instagram en tercer lugar como los sitios desde donde más se conectan las personas que ingresan a Radar Feminista.

4. Consideraciones éticas

4.1 Disclaimer

Además de contar con una línea editorial con perspectiva de género, Radar Feminista elige qué organización formará parte y cuál no. Esto, debido a que se promueve la

¹¹⁵ Anexo C 1

¹¹⁶ Anexo C 2

¹¹⁷ Anexo D 3

inclusión, rechazando a todas aquellas que avalen la transfobia, la homofobia, la xenofobia o cualquier tipo de discriminación.

Así es como se decidió agregar un “Disclaimer”/“Descargo de Responsabilidad” que tiene como fin, dejar en claro la postura y visión del proyecto. Este se encuentra en la sección “Inscribe a tu organización” y dice lo siguiente:

“Radar Feminista es una plataforma web periodística dedicada a geolocalizar y visibilizar a redes y organizaciones feministas en todo Chile. Queremos enfatizar que la participación de cualquier organización en nuestro sitio web, incluyendo su inclusión en nuestro directorio, mapa y en la cobertura de noticias es una decisión completamente autónoma y voluntaria de dicha organización.

Nuestra plataforma tiene un compromiso sólido con los valores feministas y la promoción de la igualdad y equidad de género. Nos esforzamos por mantener una misión y visión que reflejen estos valores en todo momento. A través de Radar Feminista damos la bienvenida a todas las organizaciones, sin importar su localidad, color político, origen, labor, u otros criterios, siempre y cuando compartan los valores esenciales de inclusión, no discriminación, respeto a las diversidades sexuales, derechos humanos, medio ambiente y un enfoque consciente e interseccional del feminismo.

Es por ello que, nos reservamos el derecho de rechazar la inclusión de cualquier organización que no cumpla con estos valores esenciales o que promueva el odio, la discriminación u otras conductas perjudiciales. En tales casos, Radar Feminista asume la exclusiva y total responsabilidad de la decisión de no admitir a dicha organización en la plataforma.

Nuestro objetivo es promover un espacio seguro y respetuoso para todas las organizaciones feministas comprometidas con la igualdad de género y los valores fundamentales del feminismo. Agradecemos a todas las organizaciones que eligen unirse a nosotros en este proyecto.

Atentamente,

*Julieta Salazar Maturana y Renata Castillo
Co-fundadoras de Radar Feminista
contacto@radarfeminista.cl”*

4.2 Seguridad y protección de las organizaciones

Debido a que Radar Feminista maneja datos valiosos de cada organización, al momento de contactar a las integrantes de estas, se dejó claro qué información entregada será pública y cuál no. De esta manera, los datos presentados en el directorio de organizaciones cuentan con el consentimiento de ellas y en ningún caso se comparte información no aprobada. Asimismo se explica en el formulario de inscripción¹¹⁸:

“Los datos proporcionados en esta primera sección serán utilizados por Radar Feminista como primera instancia para contactar a la respectiva organización inscrita, no para ser incluida en la base de datos del sitio web (esta información es solicitada en la segunda sección)”.

Por otro lado, el asesor técnico de Radar Feminista señala en Documentación de Radar¹¹⁹ que “BlueHosting se destaca por su alta seguridad. La elección de este proveedor para aplicaciones críticas garantiza que los datos confidenciales estén protegidos. Se implementan medidas de seguridad avanzadas, como cortafuegos, cifrado de datos y monitoreo constante para prevenir posibles amenazas”. De esta manera, el sitio web cuenta con seguridad garantizada por un profesional.

5. Construcción de redes y contenido

5.1 Investigación periodística

Dentro del sitio web, el enfoque de la investigación periodística que tiene Radar Feminista está orientada a un público interesado en la actualidad con perspectiva de género, descentralizado e interseccional. A través de notas que incluyen pautas desde diferentes regiones del país, fue posible abarcar la zona norte, centro y sur de Chile. Por esta razón, Radar Feminista se caracteriza por ser un medio que va más allá de la centralización existente en la Región Metropolitana. Además, es posible analizar un abanico de temas de investigación; sexualidad, comunidad LGBTIQ+, historia de fundaciones aliadas, artes, culturas, entre otros.

La mayoría de las fuentes presentes en las notas fueron elegidas según el área de cada uno/a, por lo que se realizó una investigación minuciosa y se escogió a quienes

¹¹⁸ Anexo B 1

¹¹⁹ Anexo B 5

consideramos que eran las personas más adecuadas para declarar o comentar sobre el tema de la nota periodística. Según el informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2015) en Chile, apenas un 31% de las fuentes de información citadas corresponden a mujeres. Con el fin de romper esta práctica, en Radar Feminista se utilizó una mayoría de fuentes provenientes de mujeres.

Al momento de escoger la fuente, nos dedicamos a investigar su trayectoria en el área respectiva mediante distintas plataformas. En el caso de pertenecer a alguna organización, grupo artístico o coordinadora, nos enfocamos en investigar en profundidad la historia de esta, sus integrantes y sus planes a futuro. De esta manera, las entrevistas se llevaron a cabo con un pre-reporteo.

El proceso de búsqueda de pautas feministas se realizó mediante diversas vías. Por un lado, decidimos activar las notificaciones de Instagram perteneciente a cada cuenta de organización colaboradora, monitoreando su actividad. Fue así como nos mantuvimos alertas a las actividades feministas del país. Por otro lado, también estuvimos pendientes a la actualidad, específicamente al proceso constitucional y a la conmemoración de los 50 años de la dictadura militar.

Para facilitar el acceso a los temas investigados, y tal como se detalló en el capítulo 3.4 “Planificación y Diseño del sitio”, Radar Feminista cuenta con 12 categorías que, además de utilizarse para clasificar a las organizaciones colaboradoras, sirven para organizar los diferentes temas periodísticos en los que se trabaja. De esta manera, en la parte inferior de cada página (“Inicio”, “Mapa”, “Noticias”, “Inscribe tu organización” y “Nosotras”) está anclada -de manera permanente- la sección de categorías que redirige a las notas realizadas según corresponda. Esta herramienta facilita la claridad de los temas investigados.

Uno de los descubrimientos obtenidos durante el desarrollo del proyecto; de la realización de notas periodísticas y de la búsqueda de organizaciones; fue que los temas con mayor cobertura a nivel nacional son los relacionados a los distintos tipos de violencia de género. Esto se evidencia a través de declaraciones de las integrantes de organizaciones y los temas que abordan, concluyendo así que la violencia hacia las mujeres es más común en zonas periféricas y rurales de las distintas regiones del país.

Ejemplo de esto, se demuestra en la nota publicada el 11 de octubre en Radar Feminista sobre “Unidas Biobío”, una red social creada por Fundación Honra que trabaja en la autonomía y prevención de violencia intrafamiliar para mujeres de la Región del

Biobío¹²⁰. En esta nota Ingrid Segura, directora ejecutiva de la fundación, se refiere a la situación que se vive en Concepción con relación a los altos índices de violencia presentes -sobre todo- en los sectores rurales, donde se dificulta la realización de labores de prevención.

5.2 Creación y contenido periodístico

5.2.1 Organización, reporte y redacción

Debido al extenso material que producimos y publicamos, el 23 de mayo se creó un “Planner de comunicaciones”¹²¹. En este definimos fechas y horarios para cada publicación, tomando en cuenta cuáles eran los momentos de mayor flujo de nuestra audiencia (12:00, 15:00 y 18:00 horas), información que obtuvimos gracias a las herramientas de estadísticas que nos ofreció Meta de Instagram por definimos como un “Medio digital”. El planner fue un elemento crucial para la publicación de contenido, ya que nos aportó claridad, y además nos ayudó a trabajar a un ritmo más acelerado. “La figura del planner resulta imprescindible para la supervivencia, desarrollo y crecimiento de las marcas, ya que cada vez se aporta más seriedad, organización y calidad a la comunicación publicitaria, al mismo tiempo que aporta perspectiva y objetividad” (González Oñate, 2019).

Tal como se menciona en el capítulo 3.5 “Estrategia de redes sociales”, desde el 28 de julio hasta el 14 de octubre se utilizó Instagram para publicar contenido, ya que aún no se lanzaba oficialmente el sitio web. Las publicaciones se caracterizaron por ser post informativos breves, como “Votación de enmiendas constituyentes en Consejo Constitucional”¹²²; “Consejo Constitucional aprueba derecho a la vida y protección de ‘quien está por nacer’ con votos del todo el bloque de la derecha”¹²³; y “Cueca feminista para este 18”¹²⁴.

Además de los posts informativos, se subió a la plataforma otro tipo de contenidos referentes a la presentación de organizaciones. Estos tienen dos objetivos: en primer lugar, anunciar cuáles organizaciones están colaborando con Radar Feminista; cuáles son sus datos de contacto; de qué parte de Chile provienen y cuál es su enfoque.

¹²⁰ “Unidas Biobío”, la red social que busca empoderar a mujeres en la Región del Biobío.

<https://radarfeminista.cl/unidad-biobio-la-red-social-que-busca-empoderar-a-mujeres-en-la-region-del-biobio/>

¹²¹ Anexo B 6

¹²² Anexo C 3

¹²³ Anexo C 4

¹²⁴ Anexo C 5

Ejemplos de estos son el de: “Colectiva Zomo Inkawen”¹²⁵ y “Madre Nativa ONG”¹²⁶. En segundo lugar, sirven para lograr más alcance en la audiencia, pues se utiliza la herramienta de “colaboración” de Instagram. De esta manera el post se puede ver en nuestro Instagram y en el Instagram de las organizaciones.

Las razones principales para utilizar esta herramienta se basan en la generación de vínculos con otras cuentas, aumentando los niveles de audiencia. “Cuando creas una publicación colaborativa, ayudas a que los usuarios encuentren e interactúen con tu contenido” (Sides, 2023).

Luego del lanzamiento oficial de Radar Feminista¹²⁷, el 13 de octubre, se siguió trabajando en contenido periodístico, pero esta vez de una manera profunda, pues el sitio web nos permitió crear notas más extensas. Fue así como comenzamos a publicar contenido en esta nueva plataforma, pero sin dejar de lado el Instagram. La primera nota publicada en simultáneo con la red social fue “Fundación Sirona: Salud integral y feminista desde Temuco”¹²⁸, en esta se realizó una breve introducción a su contenido, y se invitó a visitar el sitio web para leer la nota completa. Y esa fue la dinámica de trabajo para las siguientes notas reporteadas.

En cuanto al proceso de creación del contenido periodístico, en primer lugar se definieron pautas novedosas que no suelen ser reporteadas por la prensa tradicional, abarcando temas de algunas regiones del país como: Región de Coquimbo, Región de Antofagasta, Región Metropolitana, Región del Biobío, Región de Magallanes y de la Antártica Chilena y Región de la Araucanía.

En segundo lugar, se definió quiénes serían las fuentes adecuadas para cada nota, escogiendo -en su mayoría- dos fuentes por cada investigación. El modo de acercarnos a cada una dependió de la información pública de su contacto, ya sea a través de correo electrónico, número de teléfono y/o Instagram.

En tercer lugar, se coordinó una entrevista online o presencial. Estas se agendaron vía Google Calendar, ya que permitió mantener el orden -tanto para nosotras como para la entrevistada- de las actividades realizadas por Radar Feminista. Luego de esto, se le enviaron las cartas de consentimiento¹²⁹ a cada una de las entrevistadas para que sean firmadas.

¹²⁵ Anexo C 6

¹²⁶ Anexo C 7

¹²⁷ Anexo C 8

¹²⁸ Anexo C 9

¹²⁹ Anexo B 9

En cuarto lugar, se utilizó la herramienta “Pinpoint”¹³⁰ para transcribir los audios de las entrevistas. Esta se retroalimenta con Inteligencia Artificial y permite editar las transcripciones a medida que se reproduce. “Esta función se complementa con el de búsqueda de información en documentos, por lo que sabe en qué momento se aborda un tema específico; y a su vez, esto permitirá que sea más sencillo organizar los audios” (Generación Universitaria, 2022).

En quinto lugar, se desarrolló el proceso de tratamiento y redacción. Este proceso estuvo de la mano de la “Guía de Medios No Sexistas”¹³¹ del Observatorio de Género y Equidad. Gracias a esta herramienta, logramos una redacción incluyente y no sexista. Un ejemplo de esto es la nota “La lucha contra la violencia en las relaciones tras el caso de Antonia Garros”¹³², ya que su correcto tratamiento no hubiese sido posible sin una perspectiva de género en el periodismo. Debido al tema tratado, investigamos respecto a cómo abordar noticias que traten de femicidios y violencias en las relaciones formales e informales. Otro ejemplo del correcto tratamiento periodístico es la columna de opinión “Soy bisexual, no tu fantasía sexual”¹³³. En este caso nos orientamos con la “Guía de términos y definiciones para los medios” del Instituto Mediático GLAAD (GLAAD Media Institute)¹³⁴, lo que nos permitió usar correctamente los términos “orientación sexual”, “lesbiana”, “bisexual”, “no binario”, “violencia sexual”, entre otros.

Luego de haber desarrollado los puntos anteriores, se realizó una edición en conjunto para corregir puntuación, orden gramatical, ortografía y estructura de la nota. Pese a que estas se reportaban por separado, ambas integrantes de Radar Feminista fuimos parte de cada una de las creaciones y publicaciones, incluyendo las gráficas para redes sociales.

5.2.2. Diseño gráfico en redes sociales

Uno de los desafíos del proyecto en función del manejo de redes sociales fue poder encontrar la fórmula perfecta para que el feed de Instagram de Radar Feminista tuviera

¹³⁰ Pinpoint, Convierte archivos de audio en texto, realiza búsquedas en ellos y salta del texto seleccionado al lugar correspondiente de la pista.

<https://journaliststudio.google.com/pinpoint/about>

¹³¹ Medios no sexistas - Guía de Definiciones y Prácticas no Periodísticas.

<https://mujeresenelmedio.org/wp-content/uploads/2018/05/Guia-Medios-No-Sexistas.pdf>

¹³² Anexo C 8

¹³³ Anexo C 9

¹³⁴ “Guía de términos y definiciones para los medios” del Instituto Mediático GLAAD (GLAAD Media Institute). https://assets.glaad.org/m/35556d6add714cc0/original/GuiaGLAAD_Oct2022.pdf

un equilibrio en cuanto a estética, colores y sello gráfico acorde a la línea visual del medio.

Esta parte del desarrollo del proyecto se realizó de una forma más experimental, probando los tipos de plantillas, tipografías y recursos gráficos que ofrece Canva, al ser la herramienta empleada para la creación de publicaciones. La utilización de imágenes y fotografías, en su mayoría propias o compartidas directamente para ser publicadas por el medio, tuvieron un papel clave al momento de definir un diseño propio e identitario.

En un principio creamos propuestas de gráficas que no lograban tener la armonía que buscábamos para Radar Feminista. Fue en este momento cuando nos surgieron diversas autocríticas en cuanto a los colores utilizados y a la cantidad de información y texto que saturaba el contenido y lo volvía poco atractivo. Todo esto se tradujo a pocos me gusta e interacciones.



Imagen n° 34: Ejemplos de primeras gráficas para Instagram

Como medio periodístico, era importante que las publicaciones fueran creadas con diseños agradables a la vista pero también claros y directos. Finalmente -basándose en la forma de construcción del sitio- diseñamos una base para el feed que tuvieran elementos que permitieran generar un orden de acuerdo con la disposición que posee Instagram para ordenar un perfil (tres columnas de imágenes por filas). Definiendo lo siguiente:

- Tres publicaciones en formato oscuro o negro, inspiradas en el modo oscuro del sitio web, con contenido relacionado a notas de prensa, columnas de opinión,

entrevistas, anuncios o efemérides. Estas publicaciones pueden presentarse como imágenes, gráficas, carruseles de Instagram, videos o reels.

- Tres publicaciones en formato claro o blanco, inspiradas en el modo claro del sitio web, con contenido relacionado a las presentaciones de las organizaciones feministas colaboradoras insertas en nuestro mapa y directorio. En casos excepcionales es utilizada -también- para subir noticias, pero manteniendo el formato claro. Estas publicaciones son compartidas como carruseles de gráficas con información de contacto y descripción de cada organización.
- La versión en formato oscuro utiliza de manera más variada el uso de las paletas de colores definidas para Radar Feminista (verde y morado), mientras que la versión clara mantiene el uso exclusivo de un morado claro que acompañe al blanco.

Esta secuencia permite ordenar no sólo el feed de Instagram, sino también nuestro planner de contenidos, creando sets de gráficas predefinidas.



Imagen n° 35: Ejemplo orden de Feed de Instagram creado en Canva

Se definió utilizar un menor volumen de texto a la hora de subir contenido de manera transversal en todos los tipos de publicaciones, sobre todo en las noticias; primero con el objetivo de no adelantar información, obligando al espectador a ingresar a nuestro

sitio web para leer las notas completas. Y como segundo objetivo, priorizar el titular y la bajada, elementos noticiosos centrales y llamativos de una noticia.

Generalmente, al subir el contenido en formato carrusel, después de la portada se le agrega una segunda gráfica con elementos que puedan hacer más interesante la publicación, como por ejemplo extractos de cuñas. La última gráfica de cada publicación de noticias finaliza con la invitación de seguir leyendo la nota completa en el sitio de Radar Feminista.



Imagen n° 36: Ejemplo de portada de Instagram para publicación de noticias

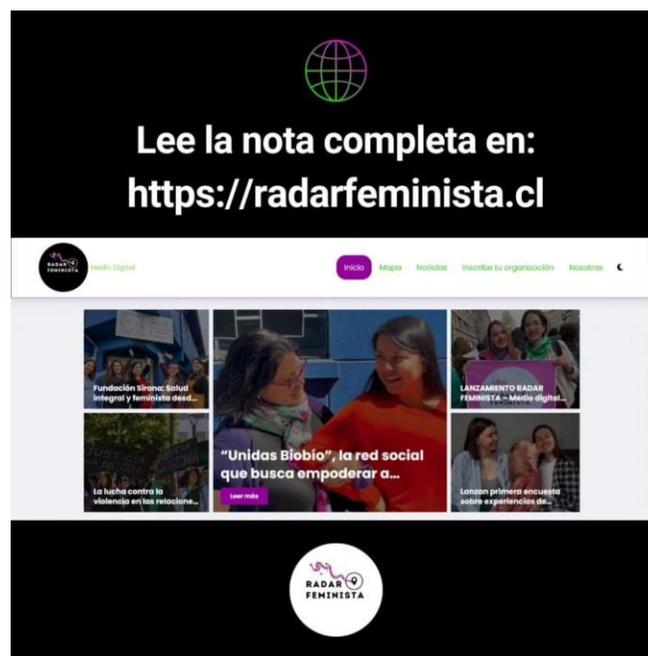


Imagen n° 37: Ejemplo cierre de carrusel de Instagram para publicación de noticias

Esta fórmula estilística a la hora de crear el diseño gráfico para nuestro Instagram, ha traído resultados positivos evidentes en cuanto a la evolución de las estadísticas y métricas arrojadas por la red social.

6. Sustentabilidad y Consideraciones finales

Hasta el momento, Radar Feminista ha solventado los gastos del proyecto con sus propios recursos monetarios. Tal como se detalla en el presupuesto¹³⁵, el total de los gastos que se utilizaron para llevar a cabo el proyecto fue de \$175.580.

El equipo de Radar Feminista cumple funciones de: periodismo, diseño gráfico, investigación, fotografía y community management. Sin embargo, el plan a futuro es obtener patrocinio de agencias de comunicaciones que trabajen temas con perspectiva de género.

En efecto, a mediados de octubre fuimos contactadas por Grupo Magno¹³⁶, una Agencia de Planificación Estratégica de Medios que vio una oportunidad de patrocinio en nuestro sitio web.

El plan consistía en generar una propuesta de comunicaciones en la que el medio Radar Feminista ofreciera un espacio, tanto en el sitio web como en nuestras redes sociales para la difusión de dos campañas: una del laboratorio Merck Sharp & Dohme (MSD)¹³⁷ que buscaba prevenir el papiloma humano a través de una vacuna; y otra del Ministerio de la Mujer que tenía como fin, concientizar sobre la violencia de género de manera física, verbal y psicológica.

De esta manera; orientadas por Carlos Campos, subgerente comercial de El Austral de Osorno, El Llanquihue de Puerto Montt y La Estrella de Chiloé; desarrollamos una propuesta comercial¹³⁸ para la agencia. Sin embargo, debido a que nuestro sitio web recién había sido lanzado aún no teníamos estadísticas oficiales respecto al flujo de Radar Feminista. Esta fue una de las razones por las que la propuesta no se consolidó.

¹³⁵ Anexo B 4

¹³⁶ Sitio web de Grupo Magno <https://magno.cl/>

¹³⁷ Sitio web del laboratorio Merck Sharp & Dohme
<https://conecta.msdc Chile.cl/>

¹³⁸ Anexo B 7

Otro motivo que impidió que este proyecto pudiera llegar a término, fue el hecho que Radar Feminista aún no está ingresado en el Catastro de Medios Regionales¹³⁹ del Ministerio Secretaría General de la República. A raíz de esto, tomamos la decisión de informarnos sobre el proceso y -a mediados de octubre-, ingresamos la solicitud para ser incorporadas al formulario presente en el sitio web del ministerio.

A eso se sumó un trámite importante que también debemos tener en consideración para un buen porvenir del proyecto, y que va de la mano con el proceso de inscripción en el catastro de medios; este corresponde al registro de marca. Para ello, fuimos al Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI)¹⁴⁰ con el objetivo de hacer las respectivas averiguaciones y los pasos a seguir para registrar como marca a Radar Feminista.

Aquí fuimos atendidas por un funcionario del INAPI, quien nos explicó sobre la realización del proceso, los plazos y los gastos asociados a este. Con respecto al último punto, nos informaron que para registrarse, se requiere del pago de 1 UTM¹⁴¹ inicial para presentar la solicitud y que esta pueda comenzar su proceso de revisión. Posteriormente se deben pagar otras 2 UTM para cerrar el proceso (60 días posterior a la publicación del Diario Oficial en el caso de no presentarse oposición de terceros). Ya teniendo claridad al respecto, decidimos agregar estos datos a nuestro documento de presupuesto como “futuros gastos” que tendremos que considerar en más adelante.

Pese a que no se pudo llevar a cabo la propuesta de patrocinio, esta significó un buen horizonte respecto a la sustentabilidad que podría tener nuestro medio digital.

Otra herramienta que significaría un fortalecimiento en la sustentabilidad de Radar Feminista sería la participación al Fondo para la Equidad de Género (FEG)¹⁴² impulsado por el Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género (SERNAMEG) que otorga hasta 4 millones de pesos chilenos en financiamiento a proyectos que buscan fortalecer las habilidades y competencias de las integrantes de organizaciones de mujeres.

¹³⁹ Nómina que permite al Ministerio Secretaría General de Gobierno contar con información actualizada de todos los medios de comunicación vigentes y dar cumplimiento a lo estipulado en el artículo 21 de la Ley N° 21.192 (Ley Presupuesto 2020).

MSGG – <https://catastromediosregionales.msgg.gob.cl/>

¹⁴⁰ Organismo encargado de la administración y atención de los servicios de la propiedad industrial en Chile.

<https://www.inapi.cl/>

¹⁴¹ Unidad definida en Chile que corresponde a un monto de dinero expresado en pesos y determinado por ley, el cual se actualiza en forma permanente por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y se utiliza como medida tributaria.

https://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_u.htm

¹⁴² Anexo B 8

Como consideración final, es importante mencionar la relevancia que tomó Radar Feminista durante su desarrollo. Su lanzamiento fue difundido por diversos medios como la Radio JGM, el sitio web de la Facultad de Comunicación e Imagen y el de la Universidad de Chile.

Además, la nota periodística publicada por Radar Feminista el 25 de septiembre, titulada “Lanzan primera encuesta sobre experiencias de lesbomaternidad en Chile”¹⁴³ fue copiada por El Mostrador, un medio de gran alcance a nivel nacional.

Radar Feminista se encargó del contacto con las entrevistadas, del reporteo y de la redacción de todo el contenido de dicha nota, siendo publicada de manera inédita en la fecha mencionada. Cuatro días más tarde, el 29 de septiembre, El Mostrador publicó exactamente la misma nota¹⁴⁴ y sin dar los respectivos créditos. Al enterarnos de esto, tomamos contacto con el medio digital mediante correo electrónico y solicitamos explicaciones.

Fue así como, en primer lugar, agregaron al pie de la nota: “Publicada previamente en Radar Feminista”, junto al hipervínculo que redirigía a la nota original de nuestro medio. Sin embargo, instantes después editaron algunos párrafos, eliminaron la aclaración y procedieron a dar créditos solo a una cuña, concluyendo de esta manera: *“Según la integrante de Red Lesbofeminista en una conversación con Radar Feminista, Camila Herrera, ‘la técnica de reproducción asistida es la más escogida por las parejas lésbicas en Chile; sin embargo presenta importantes dificultades asociadas a la educación, tanto en lo que respecta al ciclo menstrual, al ciclo ovárico y de esta forma al proceso de fertilidad’. ‘Es por eso que es tan importante conocernos, conocer nuestro ciclo’, agrega la matrona Kimberly Alarcón para Radar Feminista”*.

Cabe recalcar que tanto la entrevista a Kimberly Alarcón como a Camila Herrera (la otra fuente de la nota), fueron realizadas exclusivamente para Radar Feminista. Esto se puede verificar en las cartas de consentimiento¹⁴⁵ anexadas.

Esta situación confirmó que nuestro medio marcó pautas novedosas y relevantes a nivel nacional. Además de la copia de la nota, es importante recalcar que Radar Feminista logró ser citado en el primer medio digital chileno, mención que se puede observar hasta la actualidad.

¹⁴³ Anexo C 12

¹⁴⁴ Nota de El Mostrador. <https://www.elmostrador.cl/braga/2023/09/29/lanzan-la-primer-encuesta-para-conocer-las-experiencias-y-barreras-de-lesbomaternar-en-chile/>

¹⁴⁵ Anexo B 9

7. Bibliografía

Alonso del Val, V. (2022, noviembre 19). *La lucha de las mujeres por el derecho al voto femenino*. *Amnistía Internacional* <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/la-lucha-de-las-mujeres-por-el-derecho-al-voto-femenino/>

Arriagada, A., Universidad Diego Portales, Santiago, Chile, Correa, T., Scherman, A., Abarzúa, J., Universidad Diego Portales, Santiago, Chile, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile, & Universidad Diego Portales, Santiago, Chile. (2015). *Santiago no es Chile: brechas, prácticas y percepciones de la representación medial en las audiencias chilenas*. Disponible en <https://doi.org/10.7764/cdi.37.769>

Bambara, T. C. (1970). *The Black Woman*. Pocket Books.

Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Editorial Gallimard.

Boxwell. (1995). *Benchmarking para competir con ventaja* (1a. ed.). McGraw-Hill.

Butler, J. (1990) *El Género en disputa; El feminismo y la subversión de la identidad*. Ediciones Paidós Ibérica.

Carson, R. (1962). *Primavera Silenciosa*. Editorial Houghton Mifflin

Colectivo Catrileo+Carrión (2018). *Torcer la palabra*. Tiempo Robado Editoras.

Colectivo Las Tesis (2021). *Quemar el miedo*. Editorial Planeta, 102.

Coppola, M. (2023, mayo 31). *Qué es un hosting: características, tipos y ejemplos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/website/hosting>

Crenshaw, K. (2014) *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color*. Stanford Law Review.

de Gouges, O. (s/f). *Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana*. Observadoresddhh.org. Recuperado el 21 de noviembre de 2023, de https://observadoresddhh.org/wp-content/uploads/2019/09/declaracion_derechos_mujer.pdf

Escuela de Regeneración. (s/f). *Ecofeminismo – Escueladeregeneracion.com*. Recuperado el 21 de noviembre de 2023, de <https://escueladeregeneracion.com/producto/ecofeminismo/>

Felitti, K. y Ramirez Morales, R. (2020). *Pañuelos verdes por el aborto legal: historia, significados y circulaciones en Argentina y México*. Revista Encartes, 3, 111–145.

https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/168313/CONICET_Digital_Nro.02cb97b9-0816-4429-9242-4c090e9f9103_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Forbes México (2022, marzo 8). *Día Internacional de la Mujer: ¿Por qué se utiliza el color verde y morado?* Forbes Mexico. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/dia-internacional-de-la-mujer-significado-del-color-verde-morado-en-marchas/>

Generación Universitaria (2022, diciembre 14). *Pinpoint: así es la herramienta de Google que te ayuda a transcribir entrevistas*. GU - EL UNIVERSAL; Generación Universitaria. <https://www.generacionuniversitaria.com.mx/vida-universitaria/pinpoint-herramienta-de-google-para-transcribir-entrevistas/>

Gil Ezquerro, Helena. (2015). *Crea tu web con WordPress*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría General Técnica.

Gómez, R. González V. (s.f). *Benchmarking: Luchar por ser el mejor de los mejores*. Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Sección de Empresa y Turismo, Universidad de La Laguna Campus de Guajara s/n. 38071 <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1342/Benchmarking.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Oñate, C. (2019). *Estrategias de comunicación publicitaria: la importancia del planning*. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/183162/s156.pdf?sequence=6>

Haraway, P. D. (1984). *El sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el circuito integrado*. Uvigo.es. https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/beatriz_suarez/ciborg.pdf

Koyama, E. (2001). *The Transfeminist Manifesto*. Eminism.org. Recuperado el 21 de noviembre de 2023, de <https://eminism.org/readings/pdf-rdg/tfmanifesto.pdf>

Montero, C. (2015). *Prensa de mujeres en el circuito comercial en Chile entre 1900 y 1920*. Argos: revista de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Simón Bolívar, 32(62), 57–76. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-16372015000100004

Mujeres en el Medio» Quienes somos. (s/f). *Mujeresenelmedio.org*. Recuperado el 21 de noviembre de 2023, de <https://mujeresenelmedio.org/quienes-somos/>

Ortega Chellew, M. y Arenas Jiménez, M. (2015-12). *El efecto del color en la percepción de marca de los consumidores*. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/135974>

Parro, S. (2023, marzo 7). *¿Por qué el color morado es representativo del Día Internacional de la Mujer?* Radio Pauta. <https://www.pauta.cl/dato-en-pauta/2023/03/07/por-que-el-color-morado-es-representativo-del-dia-internacional-mujer.html>

Paula, A. (2023, marzo 7). *8M: ¿Qué significan los colores morado, verde, naranja y rosa en el feminismo?* La Cara de Eva. <https://lacaderadeeva.com/actualidad/8m-que-significan-los-colores-morado-verde-naranja-y-rosa-en-el-feminismo/6900>

Prensa de Mujeres Chilenas (2018, febrero 23). *El Eco de la Liga de Damas Chilenas (1912-1915)*. Prensademujeres.cl. <https://prensademujeres.cl/periodo-1900-1920/el-eco-de-la-liga-de-damas-chilenas/>

Prensa de Mujeres Chilenas (2018, marzo 7). *El Eco de las Señoras de Santiago (1865)*. Prensademujeres.cl. <https://prensademujeres.cl/periodos-1850-1890/el-eco-de-las-senoras-de-santiago/>

Prensa de Mujeres Chilenas (2020). *Hacia el Ideal (1923-1928)*. Prensademujeres.cl. <https://prensademujeres.cl/periodo-1900-1920/hacia-el-ideal/>

Prensa de Mujeres Chilenas. (2018, febrero 23). *La Alborada (1900-1920)*. Prensademujeres.cl. <https://prensademujeres.cl/periodo-1900-1920/la-alborada/>

Prensa de Mujeres Chilenas (2018, febrero 11). *La Aurora Feminista (1904)*. Prensademujeres.cl. <https://prensademujeres.cl/periodo-1900-1920/la-aurora-feminista/>

Principios del Diseño Universal. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 21 de septiembre de 2023, de <https://buenosaires.gob.ar/copidis/accesibilidad/principios-del-diseno-universal>

Proyecto, E., Global De Medios, M., Macharia, S., Ndangam, L., Saboor, M., Franke, E., & Parr, S. (2015). Disponible en https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_es.pdf

Pujal y Llombart, M. (2016). *El feminismo*. Editorial UOC

Radar Feminista. (2023, octubre 12). *Red de Periodistas y Comunicadoras Feministas de Chile (Redperiofem)*. <https://radarfeminista.cl/directory/red-de-periodistas-y-comunicadoras-feministas-de-chile-redperiofem/>

Segovia Pérez M, C.F.D. (2018). *Turismo y Género: La perspectiva inclusiva en la gestión turística*. UOC.

Sides, G. (2023). *Cómo usar la publicación colaborativa de Instagram para aumentar el alcance*. *Social Media Marketing & Management Dashboard*. <https://blog.hootsuite.com/es/publicacion-colaborativa-de-instagram/>

Valcárcel, A. (2001). *La memoria colectiva y los retos del feminismo* Serie mujer y desarrollo. Documentos de Órganos Subsidiarios CEPAL.

Valderrama L. (2020, marzo 6). *Prensa machista*. Puroperiodismo. <http://www.puroperiodismo.cl/prensa-machista/>

Valparaíso (Ed.). (2022). *El neofeminismo, o los nuevos feminismos (Vol.81)*.

Varela, N. (2005). *Feminismo Para Principiantes*. Ediciones B.

Voz Indómita. (2022, abril 28). *Nosotras*. vozindomita. <https://vozindomita.cl/nosotras/>

Zahonero L, Fernández C. & Fernández P. (2008). *Educación ético-cívica*. Ediciones Akal.

Zerán, Faride. (2018) “Prólogo”. *Mayo feminista. La rebelión contra el patriarcado*, p. 9-20. Santiago: LOM.

8. Anexos

ANEXO A: Ejemplos de publicaciones de sitio web e Instagram

1. Convocatorias

Enlace publicación de Instagram sobre convocatorias por el Día de la acción global por el aborto libre, legal y gratuito: [“Pañuelazos por el derecho al aborto”](#) a nivel nacional (28 de septiembre 2023).

2. Efemérides

Enlace publicaciones de Instagram de días conmemorativos por el [“Día Internacional de la Mujer Indígena”](#) (09 de septiembre) y el [“Día Latinoamericano de la Imagen de las Mujeres en los Medios de Comunicación”](#) (14 de septiembre).

3. Presentación de organizaciones colaboradoras

Ejemplo publicación para Instagram, con [presentación de organización colaboradora](#) inscrita en nuestro mapa.

4. [Nota de Fundación Sirona](#) con imágenes enviadas por la organización tras su inscripción en el formulario.

ANEXO B: DOCUMENTOS E INFOGRAFÍAS

1. Formulario de Google

Link [formulario de inscripción](#) de organizaciones feministas para aparecer en el sitio

2. Wireframe

Enlace primer [prototipo](#) del sitio creado el año 2022 a través del sitio Mockflow

3. [Carpeta](#) Bases de datos

- [282 Organizaciones](#) contactadas
- [BDD](#) Primer contacto organizaciones feministas
- [BDD OFICIAL](#) - Organizaciones Ingresadas al Mapa

4. [Presupuesto](#) Radar Feminista

5. [Documentación](#) Radar Feminista

6. [Planner de comunicaciones](#) Radar Feminista

7. [Propuesta comercial para Grupo Magno](#)
8. Bases del Fondo para la Equidad de Género (FEG) 2023
<https://app.sernam.cl/form/2023/pmpps/fondoeg/>
9. [Cartas de consentimiento](#)

ANEXO C: PUBLICACIONES DE INSTAGRAM Y NOTAS PERIODÍSTICAS

1. [Joan Jara, bailarina, activista política y viuda de Víctor Jara fallece a los 96 años](#)
2. [Rompiendo rocas y techos de cristal: El viaje por la inclusión de mujeres en la minería y la construcción](#)
3. [Votación de enmiendas constituyentes en Consejo Constitucional](#)
4. [Consejo Constitucional aprueba derecho a la vida y protección de “quien está por nacer” con votos de todo el bloque de derecha](#)
5. [Cueca feminista para este 18](#)
6. [Colectiva Zomo Inkawen](#)
7. [Madre Nativa ONG](#)
8. [Lanzamiento oficial del sitio web](#)
9. [Fundación Sirona: Salud integral y feminista desde Temuco](#)
10. [La lucha contra la violencia en las relaciones tras el caso de Antonia Garros](#)
11. [Soy bisexual, no tu fantasía sexual](#)
12. [Lanzan primera encuesta sobre experiencias de lesbomaternidad en Chile](#)

ANEXO D: GESTIÓN DE PRENSA

1. [Podcast Icónicamente en Radio JGM](#)
2. [Nota en sitio web de Facultad de Comunicación e Imagen](#)
3. [Nota sitio web U. de Chile](#)