



COOPERATIVA CUARTO DE GUERRA
SANTIAGO, CHILE, 2023-24

MUNDO CULTURAL, SOCIAL Y POLÍTICO DE MUJERES URBANAS C3/D EN CHILE

Investigadoras:

Verónica Berroeta
Estefanía Labrín
Garazi Oñederra



COOPERATIVA CUARTO DE GUERRA
SANTIAGO, CHILE, 2023-24

MUNDO CULTURAL, SOCIAL Y POLÍTICO DE MUJERES URBANAS C3/D EN CHILE

Investigadoras:

Verónica Berroeta
Estefanía Labrín
Garazi Oñederra

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	4
	PREGUNTAS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	5
	MARCO TEÓRICO	6
	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
	METODOLOGÍA	10
	CUESTIONARIO	14
	ESTUDIO DIGITAL	15
	METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS	16
II.	HALLAZGOS	18
	ANÁLISIS DE DISCURSO	18
	II.I ANÁLISIS DE LA NARRATIVA PÚBLICA FOCUS GROUPS	19
	SELF	19
	US	21
	NOW	31
	II.II ANÁLISIS DIGITAL, MUNDO CULTURAL Y DE CONSUMO	37
III.	CONCLUSIONES	68
IV.	BIBLIOGRAFÍA	72



I. INTRODUCCIÓN

Las mujeres han sido decisivas en las últimas elecciones en Chile, tanto en la campaña presidencial como en el plebiscito de salida constitucional del año 2022. Incluso, en las últimas elecciones plebiscitarias de diciembre de 2023, las mujeres más jóvenes¹ han sido un actor clave para frenar el aumento en popularidad de las ideas de ultraderecha.

Aun así, actualmente existe poco conocimiento de cuáles son los principales temas de preocupación de las mujeres, de cómo ven su realidad o qué temas son los que más las afectan, más allá de los que históricamente se han catalogado como propios de su género.

Ante esta problemática, y entendiendo a las mujeres dentro de su diversidad, esta investigación surge de la inquietud de equipos de campaña y comunicación política en Chile. Es primordial profundizar en investigaciones que ayuden a entender cómo las mujeres ven la realidad, con la finalidad de entender sus principales preocupaciones y visión de su entorno. Esto permitirá, a su vez, posteriormente fomentar aplicaciones de comunicación política que puedan ser mucho más funcionales para una mayoría poblacional que, históricamente, ha sido silenciada (Comandini, 2021).

1. Mujeres, jóvenes y antiguos nulos: el perfil del votante que tumbó la propuesta constitucional de Chile | EL PAÍS Chile (elpais.com)

PREGUNTAS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. ¿Existe un gran mensaje o narrativa de las mujeres?
No. Existe una multiplicidad de canales, mensajes, y narrativas, como existe una multiplicidad de sujetos que se definen como mujeres.
2. Las mujeres hablan de la sociedad desde unos parámetros diferenciados a los de los hombres. Es necesario establecer narrativas y estudios diferenciados para la comunicación política.
3. Los métodos análogos son insuficientes para un diseño estratégico que permita tomar decisiones tácticas acorde a estos tiempos, por lo que es necesario incorporar nuevas metodologías digitales que logren hacer un diseño pertinente a los nuevos canales.



MARCO TEÓRICO

El marco teórico de esta investigación se plantea desde las teorías feministas decolonial y socialista (Espinosa-Miñoso, 2014; Gargallo, 2012; Curiel, 2020; Galindo, Malagon Mora, y Camargo Parga, 2019). Esto nos permite, por un lado, buscar narrativas propias de las mujeres de América Latina, en particular de nuestro país, y, por otro, analizar con especial énfasis el trabajo reproductivo que recae particularmente en las mujeres. Para estudiar cómo viven y hablan, es necesario una teoría que pueda analizar otros tipos de problemáticas que enfrentan las mujeres chilenas que las teorías feministas occidentales no incorporan en su análisis.

El feminismo decolonial hace un llamado a reconocer y estimular la producción de ideas e interpretaciones propias desde una mirada geopolítica situada en posiciones de subalternidad dentro de la región y, por lo tanto, en Chile, dándonos la capacidad de comprender la realidad de las mujeres desde su visión (Espinosa-Miñoso, 2014).

Se critica que “cuando se deshistoriza y se asimilan mujer y género femenino, se ignora la heterogeneidad y diversidad de mujeres que se encuentran en diferentes posiciones sociales y genéricas” (Undurraga & Cornejo-Abarca, 2021, p. 4) Es decir, la teoría feminista moderna predominante en Chile ha externalizado las vivencias más transversales de las mujeres del territorio, centrando la discusión en luchas categorizadas en el género y la mujer como sujeto político que vienen impuestas desde Occidente (Forstenzer, 2019). En ese sentido, se debe considerar que

[e]s necesaria una dura crítica a la dependencia ideológica de los feminismos latinoamericanos a las teorías producidas en la academia del Norte, evidenciando la necesidad de apostar a una teoría feminista latinoamericana capaz de pensar desde América Latina y comprometida con un pensamiento propio que parta de un análisis crítico de la colonialidad” (Espinosa-Miñoso, 2014, p. 156).

Celenis Rodríguez argumenta que

esa homogenización feminista fue producto de un ejercicio de colonialidad del saber, es decir, un grupo de académicas, técnicas y burócratas de los países del norte global, antiguas metrópolis, produjo un tipo de conocimiento, con carácter científico, sobre las mujeres del Tercer Mundo, que se arroga la voz de dichas mujeres para decidir cuáles son sus problemas y sus soluciones. Este conocimiento, además, se va a erigir como la única realidad de las mujeres pobres de los países subdesarrollados, con un halo de verdad incontrovertible que es posible dado que cuenta con un aparato institucional que materializa dichos enunciados (2018).

El feminismo decolonial, por lo tanto, hace un llamado a revisar y poner en alerta los discursos predominantes, destacando que no todas las mujeres deben tener ideas y proyectos semejantes para lograr su liberación y buena vida. Asimismo, establece que es necesario decolonizar también las teorías feministas para incorporar en el análisis otras perspectivas de vida y realidad que el feminismo occidental no contempla: i) la opresión de raza, clase, sexo/género, y sexualidad; ii) la experiencia como fuente de conocimiento; iii) la importancia de la comunidad, y la familia como lugar de protección; iv) analizar la espiritualidad como lugar de libertad; v) poner en cuestionamiento la sororidad y plantear otras formas de relacionamiento entre mujeres (Gargallo, 2019).

Otro punto importante que permite plantear el feminismo decolonial es el de repensar los conceptos, discursos y lenguaje tradicionales del feminismo tradicional, dando la posibilidad de ampliar narrativas feministas que vengan desde el mismo lugar y experiencias territoriales que viven las mujeres chilenas.

Así surge la idea de abordar los múltiples sentidos y formas en que la mujer chilena se piensa como sujeto en la vida cotidiana desde el feminismo decolonial. Esto se debe a que conocer las trayectorias de mujeres desde este foco nos lleva a comprender en profundidad las formas de ser y hacer en sus cotidianidades, teniendo

presente que no existe una única forma de construirse como mujer ni de concebirse como tal.

Una parte importante para nuestro análisis también lo entrega Nancy Fraser en tres ámbitos: trabajo de cuidados y trabajo remunerado; participación de las mujeres en el debate público, y movimientos feministas y antifeministas. Estos conceptos nos serán útiles para el análisis posterior.

Por un lado, para Fraser, la separación sexual de la crianza de los niños y el trabajo remunerado es potencialmente ideológica y un componente fundamental de las actuales formas de subordinación de las mujeres. Pone atención a que el hogar es un lugar de trabajo, si bien no remunerado y a menudo no reconocido. Además, destaca el hecho de que, en el trabajo remunerado, las mujeres están asignadas normalmente a ocupaciones sexualizadas como distintivamente femeninas. Y, por último, en ambas esferas, las mujeres están subordinadas a los hombres.

Respecto a la participación de las mujeres en el mercado remunerado, afirma que es distinta que la de los hombres: “por ejemplo, como trabajadoras de ‘servicios’ feminizados y en ocasiones sexualizados (secretarias, empleadas domésticas, vendedoras, prostitutas y azafatas); como miembros de las ‘profesiones asistenciales’ que utilizan habilidades maternas (enfermeras, trabajadoras sociales, cuidadoras de niños, maestras de educación primaria); como objetos de acoso sexual; de trabajadoras mal pagadas, poco cualificadas y de baja categoría en ocupaciones segregadas por sexos; como trabajadoras a tiempo parcial; como trabajadoras con doble turno (trabajo doméstico no remunerado y trabajo remunerado); como ‘esposas trabajadoras’ y ‘madres trabajadoras’, es decir, principalmente esposas y madres que, de manera secundaria, ‘salen a trabajar’; como ‘proveedoras complementarias’ de ingresos. Estas diferencias en la calidad de la presencia de las mujeres en el trabajo remunerado atestiguan la disonancia conceptual entre la feminidad y el rol de trabajador en el capitalismo clásico” (Fraser, 2015).

Respecto a la participación de las mujeres en el debate público, Fraser señala que el rol de ciudadano, como participante en el debate político y en la formación de opinión pública, seguirá siendo incapaz de incluir plenamente a las mujeres en la medida en que esté ligado a los modos de diálogo dominados por el varón. Este rol depende crucialmente de las capacidades de consentimiento y discurso, de la capacidad para participar a la par que otros en el diálogo; estas son capacidades relacionadas con la masculinidad, negadas a las mujeres y consideradas contrarias a la feminidad. Señala Fraser, citando a Carole Pateman, que “las mujeres encuentran su discurso ... persistente y sistemáticamente invalidado en el asunto crucial del consentimiento, una cuestión fundamental para la democracia. [Pero] si sus palabras sobre el consentimiento son constantemente reinterpretadas, ¿cómo pueden las mujeres participar en el debate entre ciudadanos?” (Fraser, 2015).

Por último, Fraser plantea una conclusión respecto a las consecuencias de las experiencias laborales remuneradas y no remuneradas de las mujeres, y cómo esto ha afectado su visión de la sociedad:

[l]a experiencia contradictoria y dualizadora de las mujeres de intentar ser a la vez trabajadoras y madres, clientes y ciudadanas, no ha dado lugar a uno sino a dos movimientos de mujeres, uno feminista y otro antifeminista. Estos movimientos, junto con sus respectivos aliados, están enfrentados entre sí y con el Estado y las instituciones corporativas por los significados sociales de ‘mujer’ y ‘hombre’, ‘feminidad’ y ‘masculinidad’, por la interpretación de las necesidades de las mujeres, por la interpretación y la construcción social del cuerpo de la mujer, y por las normas sexistas que modelan la mayor parte de los principales roles sociales mediados por las instituciones” (2015).

La investigación, además, considera un sistema integrado de “escucha” de conversaciones digitales del público objetivo en diferentes orbes, utilizando herramientas de escucha macro, con plataformas como *Brandwatch*, y micro, con formatos manuales de escucha. En la teoría y la irrupción de la inteligencia artificial que caracteriza

el corazón de los motores de escucha macro, tales como *Brandwatch*, existe un debate constante sobre la exactitud y utilidad de las herramientas en el contexto digital actual (Hayes, Britt, Evans, Rush, Towery y Adamson, 2021). En ese sentido, se recoge de estas reflexiones la necesidad de encontrar una nueva metodología que permita entregar estructura a una base de escuchas de números de alta densidad. Por esta razón, el análisis cualitativo de los mensajes a través de la matriz planteada por Ganz (2009) es una herramienta clave para abordar las problemáticas levantadas por el área de estudios.

En cuanto a las herramientas de escucha micro, la investigadora Cristina Vélez escribe que por 15 años, todos los espacios digitales que no se podían monitorear a través de software comerciales de social listening fueron rotulados como dark social ... Eso llevó a que quedara fuera del radar el universo de conversaciones y relaciones digitales construido en otros espacios como WhatsApp, interacciones a través de mensajes directos o en herramientas de mailing ... ¿por qué no agrupar y empezar a analizar esta información? ¿Cómo podemos explorar formas de escucha respetuosa en estos espacios comunitarios? (Vélez Vieira, 2023).

En el caso de esta investigación, se les da relevancia a los grupos cerrados de Facebook, y personalidades en Instagram. Esto, ante la evidencia que muestra que para encontrar narrativas que moldeen el espacio digital, se debe volver a “escuchar” espacios pequeños y sectorizados de las plataformas digitales.

En paralelo, se recogen los principios que abordan la comunicación y aplicación de narrativas en espacios digitales de manera transmedia (Jenkins, 2014); con principios de formatos cross media como vehículo difusor de mensajes comunicacionales (Scolari, Jiménez-Morales y Guerrero Pico, 2012). Las formas transmediales de comunicación, desde el punto de vista de producción de mensajes y abordaje de audiencias, se han enfocado principalmente en el proceso de la creación de historias de ficción, pero en el avance en la investigación y el aumento en las audiencias digitales, estas han tomado un giro hacia la necesidad de la creación de narrativas para

productos comunicacionales de carácter de fuera de la ficción (Lovato, 2016).

Este enfoque es clave para comprender, primero, la necesidad de estudiar las audiencias digitales de manera integral, considerando sus mundos culturales, hábitos de consumo, y narrativa general, y también para luego aplicar una matriz de análisis que considere parámetros estratégicos de construcción de narrativas. Es decir, una narrativa no puede “vivir” en un solo canal, y para la determinación de la táctica se necesita un estudio profundo cualitativo y cuantitativo, idealmente con una muestra similar o idéntica a la utilizada para medir análogamente.

Por último, ante la implicancia que tienen en la investigación tanto la narrativa como la comunicación para la construcción y fomento de cambios sociales, también se han dado lectura a autoras y autores que fomentan formatos de narrativa que buscan la creación de cambios sociales. En este caso, cabe destacar a Marshall Ganz, quien sostiene que al crear narrativas públicas a través de la articulación de momentos narrativos específicos —historias de dolor (por qué me importa) y esperanza (por qué puedo actuar)— de las mismas personas, y conceptualizar los valores de ellas como compromisos, es posible poner en práctica los recursos narrativos para motivar a otros a elegir la acción colectiva (*Crafting Public Narrative*). Esto, porque el autor afirma que en la articulación de momentos narrativos las identidades individuales y colectivas se construyen mutuamente. Por ello, para poder comprender la narrativa individual de las mujeres, es importante comprender también la narrativa colectiva que mantienen junto a sus pares, y entender cómo ellas construyen en colectivo la narrativa sobre los diferentes sucesos, realidades y ellas mismas (Ganz, Cunningham, Ezer y Segura, 2023).

En este sentido, todos los resultados de la investigación, tanto análoga como digital, pasarán a ser revisadas a través del modelo de *Self, Us, Now* planteado por Marshall Ganz (2019), uniformando los hallazgos y permitiendo la distinción de conceptos con claridad para futuros análisis. Esto nos permitirá construir insumos narrativos que le hagan sentido a las mujeres a las que les queremos hablar.



OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene los siguientes objetivos:

1. Entender la diversidad de problemáticas e identificar las principales narrativas de las mujeres en las ciudades con mayor relevancia demográfica de Chile para comprender su visión de la realidad.
2. Estudiar la caracterización del uso de plataformas digitales interactivas de audiencias femeninas para identificar nodos de interacción con narrativas.

Ante la importancia que tiene la narrativa en la creación de realidad y cambios sociales, este estudio tiene un objetivo de largo plazo: crear insumos narrativos comunicacionales que ayuden a acercarse de forma efectiva a las mujeres para fomentar un cambio social progresista.

METODOLOGÍA

Este estudio cualitativo busca indagar tanto en la construcción que las mujeres de diferentes generaciones y estratos sociales dan a sus problemáticas, a los valores, a la colectividad, a la política y al feminismo, y reconocer el significado que adquieren estas nociones en la construcción de una narrativa compartida por las mujeres. Epistemológicamente, pretende entender y visibilizar la voz de las mujeres chilenas en base a sus experiencias y miradas.

Con esta finalidad, se ha decidido utilizar como instrumento de estudio los grupos focales y no los grupos de discusión, dado que, de acuerdo con Manuel Canales (2006), un grupo focal, a diferencia del grupo de discusión, se utiliza cuando la investigación está orientada al saber. Esto significa “el conocimiento social o común, esto es del conjunto de presunciones sostenidas intersubjetivamente como ‘lo real’, ‘lo obvio’ o dado por sabido en las acciones y comunicaciones de un grupo o colectivo. Es decir, el grupo focal sirve para investigar ‘los relatos de las acciones’, y en ellos encontrar ‘la experiencia típica’” (Canales, 2006).

Así, el grupo focal se diferencia de los grupos de discusión orientados al deber, que se refiere a las formas de representación de la comunidad como “los modos de hacer, pensar y sentir, exteriores y coercitivos —moralmente— a los sujetos”. Es decir, se trata de lo que marcan los grupos como lo bueno, lo correcto o lo normal. En cambio, explica Canales “[d]e lo que se habla en un grupo focal es de lo vivido como actor, en una situación. Lo que ocurre en ella es un esquema mental que modela o representa una inserción del sujeto en su cotidianidad, en el que describe un orden de ‘realidad’... Una realidad tal cual es, y lo que se puede hacer allí, de modo que se regula el sentido típico de la realidad ‘vívida’ o ‘actuada’. Mientras el grupo de discusión “sirve para investigar el sentido de “las palabras”, y en ellas encontrar la conciencia”, el grupo focal sirve para investigar “los relatos de las acciones, y en ellos encontrar “la experiencia” típica” (2006, p. 279).

Esta investigación busca, entonces, conocer las vivencias de las mujeres como individuos, no su respectiva identificación con el colectivo de mujeres. Para hacerlo, se evalúan cuáles son sus problemas, sus necesidades y las acciones que realizan para enfrentarlas. Por lo tanto, en esta investigación la herramienta más adecuada son los grupos focales, más que los grupos de discusión.

Además, se busca establecer cuáles son las acciones que realizan las mujeres para resolver sus problemáticas: a quiénes recurren, en qué instituciones confían, cómo se organizan, a qué espacios deciden o no pertenecer. Y para esta finalidad, la herramienta de grupo focal es también la más funcional, dado que ella permite: “[q]ue la subjetividad ‘testifique’ lo ‘hecho’, reproduzca lo mentado, desarrolle hasta en sus más mínimos detalles lo que ‘vio’ cuando actuaba, el relato de lo que vio o ‘percibió’ como ‘realmente ocurriendo’, de modo de identificar allí patrones básicos de ‘orientación’ a la acción” (Canales, 2006, p. 280).

Por último, nos interesa identificar las narrativas de las mujeres sobre sus problemas y acciones. Queremos entender cómo ellas muestran y narran su realidad, por lo que se afianza la utilización de los grupos focales. “Las entrevistas focales, explícita o implícitamente, tienen la invitación al relato, a contar, a contar la verdad, el saber o haber visto. En la disposición de ‘contar’, la subjetividad queda situada al mismo tiempo como ‘narradora’ y como ‘participante’ de lo narrado o en la situación narrada” (Canales, 2006, p. 281).

En cuanto a la muestra, se establecen los siguientes parámetros de interés que fueron los ejes de la selección de ella: i) analizar la existencia o no existencia de un mínimo denominador común en la narrativa de mujeres de estratos C3 y D, que enfrentan contextos diferentes; ii) ponerlos en contraste con las narrativas de grupos mixtos que permitan establecer la diferencia con las narrativas de los hombres ; y iii) buscar que los grupos focales de mujeres fueran lo más parecidos entre sí posibles, pero sin perder sus especificidades.

Así, la investigación, a la hora de crear la muestra, plantea dos posibilidades. Una de ellas es hacer grupos heterogéneos, permitiendo una mayor variación de significación para integrar o reproducir grupos que no existen del todo. Esto posibilita la representación de colectivos muy amplios, pero poco densos o intensos. La otra opción es conformar grupos de mayor homogeneidad, donde existe mayor intensidad de consenso y reproducción de la estructura básica del discurso, pero que resta la posibilidad de interrogarse por la ausencia de contraste. Es decir, se consigue la representación de un colectivo más denso, pero mucho menos extenso (Canales, 2006).

Finalmente, para la investigación se determinó que la muestra general fuese amplia y que representase un colectivo extenso. Cada grupo en particular está conformado por varios rasgos de especificación social, de modo de generar cierta homogeneidad al interior de ellos, lo que produce a su vez mayor consenso narrativo, sin perder del todo la capacidad de contraste. De todas formas, según la cantidad de grupos focales, se espera lograr un grado de saturación de respuestas alto en la mayoría de las preguntas.

En conclusión, se ejecutan un total de 18 grupos focales en tres ciudades de Chile: Antofagasta, Santiago y Concepción. El parámetro de selección se centra en la identificación de grandes urbes de las zonas centro, sur y norte del país. Primero, se considera la Región Metropolitana por sus altos niveles de participación electoral a nivel histórico y en su aumento de nuevos votantes con el plebiscito de salida del año 2021. Se seleccionó a la ciudad de Concepción como eje urbano de la zona centro sur de Chile: la segunda ciudad más poblada del país y que en el último plebiscito sumó 50 mil nuevos votantes. Finalmente, en la zona norte, a pesar de que la ciudad más poblada del sector es La Serena², según un análisis realizado con datos del Servicio Electoral de Chile, la ciudad de Antofagasta registró una variación neta de un 79% con la llegada del voto obligatorio, superando a la gran urbe del norte. Los grupos se dividieron según las siguientes especificaciones sociales:

En cuanto a la edad: se dividen los grupos focales en dos grandes subgrupos, uno de mujeres de 18 a 25 años, y el otro de mujeres desde los 26 a los 40 años. Se establecen así por varios factores: i) a partir de los 18 años en Chile se puede participar de forma activa en política, tanto para ser electo, como para sufragar; ii) es en estos grupos etarios, especialmente entre los 26 y los 40, donde se encuentra la mayor parte de las mujeres indecisas, según recientes estudios estadísticos como la encuesta Criterios de agosto de 2023 o Feedback UDP del mismo mes³. Finalmente, iii) existen diferencias importantes en la utilización de herramientas digitales, según estudios como el Digital News Report del Reuters Institute⁴.

En segunda instancia, se consideraron los estratos sociales. Por cada región, se llevaron a cabo seis grupos focales de estratos C3/D. Se dejan fuera de la investigación a mujeres de estratos C1 Y C2 porque su narrativa conlleva una gran heterogeneidad y una densidad insuficiente para la investigación. Por su parte, la decisión de no analizar a las mujeres del estrato E se toma a causa de las capacidades de las herramientas investigativas. En la actualidad, uno de los impedimentos de los grupos focales y de aquellos que los realizan es poder captar este tipo de perfiles.

En tercera instancia, se considera su ámbito laboral y relacionamiento con el espacio público: es decir, se establece una diferenciación según sean mujeres con trabajo remunerado o bien mujeres que trabajan en el hogar de manera informal. En estudios sobre la identidad de la mujer chilena se establece que esta se construye principalmente a partir de la tensión entre trabajo y familia, tensión cruzada por expectativas tradicionales de género, por lo que es un parámetro diferenciador importante que ingresar (Undurraga & Cornejo-Abarca, 2021). Por lo tanto, en cada grupo de mujeres dividido por edad, clase social y región se establece una nueva división: i) en el caso de mujeres entre 18 a 25 años, se realiza una división en dos grupos: por un lado, aquellas que se encuentran estudiando o que trabajan y, por el otro, aquellas que se dedican a trabajos informales realizados desde el hogar, que complementan con labores domésticas y de cuidados.

2. Fuente: Censo 2017.

3. Informe-Encuesta-LabCon-UDP-Feedback-Agosto-2023-Finaal.pdf

4. Chile | Reuters Institute for the Study of Journalism (ox.ac.uk)

En ii) el caso de mujeres entre 25 a 40 años, la división se realiza según si la mujer trabaja como profesional y, por lo tanto, recibe una remuneración oficial, o si la mujer no recibe remuneración oficial y se dedica a trabajar en el hogar o en un trabajo de cuidado no remunerado. Esto lo decidimos debido a que, en este estrato social, es menos probable encontrar mujeres que se dediquen exclusivamente a hacer labores reproductivas sin generar ningún tipo de ingreso; lo común es que tengan algún tipo de trabajo informal.

Cuarto, su realidad geográfica. Definimos analizar a mujeres de zonas urbanas y periurbanas de las tres principales ciudades de Chile en el norte, centro y centro-sur, con la finalidad de tener muestras de mujeres de esos tres sectores del país y así analizar la existencia o no de contraste según la localización geográfica. Se eligieron la ciudad de Antofagasta, Santiago y Concepción porque son las ciudades con mayor densidad geográfica y relevancia política en cuanto a votación, según se profundiza en la metodología. Se ha excluido de la investigación a las mujeres de las zonas rurales porque conlleva una sobreheterogeneidad de la muestra a analizar.

Además, establecimos un grupo mixto por cada segmento etario en cada ciudad (es decir, dos grupos por cada una), que nos permitiera establecer un contraste entre las narrativas generadas en conversaciones donde participan hombres.

Por último, para acotar la muestra, se realiza un análisis ideológico. Esta investigación se centra en mujeres apolíticas, es decir, aquellas que no se declaran ni de izquierda ni de derecha.

En conclusión, esta es la muestra seleccionada para la investigación:

1. Ciudad de Antofagasta: 6 grupos focales en total.
 - a. 3 grupos focales a mujeres de 26 a 40 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D

1. 1 grupo de mujeres de trabajo formal
 2. 1 grupo de mujeres de trabajo informal
 - b. 3 grupos focales a mujeres de 18 a 25 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D.
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D
 1. 1 grupo de mujeres estudiando carreras técnicas o trabajando
 2. 1 grupo a mujeres estudiando carreras universitarias, en universidades no selectivas, primera generación universitaria.
2. Ciudad de Santiago: 6 grupos focales en total.
 - a. 3 grupos focales a mujeres de 26 a 40 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D
 1. 1 grupo de mujeres de trabajo formal
 2. 1 grupo de mujeres de trabajo informal
 - b. 3 grupos focales a mujeres de 18 a 25 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D.
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D
 1. 1 grupo de mujeres estudiando carreras técnicas o trabajando
 2. 1 grupo de mujeres estudiando carreras universitarias, en universidades no selectivas, primera generación universitaria.
3. Ciudad de Concepción: 6 grupos focales en total.
 - a. 3 grupos focales a mujeres de 26 a 40 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D
 1. 1 grupo de mujeres de trabajo formal
 2. 1 grupo de mujeres de trabajo informal
 - b. 3 grupos focales a mujeres de 18 a 25 años.
 - i. 1 grupo mixto C3/D.
 - ii. 2 grupos a mujeres C3/D
 1. 1 grupo de mujeres estudiando carreras técnicas o trabajando

2. 1 grupo de mujeres estudiando carreras universitarias, en universidades no selectivas, primera generación universitaria.

En la elaboración de esta muestra se toma nota de la imposibilidad de estudiar a más grupos de mujeres que podrían haber enriquecido la muestra, como son mujeres rurales, de otros rangos etarios, autoidentificadas con los pueblos originarios o de diversidades sexo genéricas, y que sí podrían ser material de análisis para una próxima investigación.



CUESTIONARIO

Con todos estos antecedentes, se elabora un cuestionario que considera las siguientes dimensiones:

1. Universo personal:

Los objetivos son: i) conocer cómo se definen las participantes; ii) conocer el sistema de valores que las rige en su día a día y en el ámbito familiar, y quiénes los representan; iii) conocer sus objetivos de futuro, dividiendo entre los objetivos pragmáticos y las aspiraciones futuras.

2. Universo cultural y de consumo:

Los objetivos son: i) conocer el espacio cultural, las formas de distracción y los gustos del grupo de estudio; ii) conocer qué consumen en música, libros, televisión y redes sociales; iii) conocer cuáles son sus redes sociales prioritarias.

3. Universo de problemas:

Los objetivos son: i) conocer cuáles son las principales problemáticas del público objetivo; ii) analizar si existe diferenciación a nivel nacional, por región o por experiencia de vida diaria; iii) saber cómo resuelven sus problemáticas y en quiénes confían para ello; iv) finalmente, analizar si hay alguna institucionalidad nombrada, tanto individual como colectiva.

4. Universo de la colectividad:

Los objetivos son: i) analizar cómo entienden la comunidad y la colectividad; ii) investigar si son parte de alguna colectividad, si existen puntos de encuentro colectivo en su vida diaria y cómo se acercan a ellos; iii) evaluar si reconocen algún grupo colectivo con capacidad de hacer cambios importantes en sus vidas o en las de su comunidad; iv) analizar los puntos de unión y desunión de su entorno.

5. Universo político:

Los objetivos son: i) analizar su impresión general hacia la política, la emocionalidad relacionada a esta, y cuáles son las políticas públicas más mencionadas; ii) analizar cómo se informan; iii) conocer cuáles son sus referentes políticos.

6. Universo feminista:

Los objetivos son: i) comprender la cercanía de las mujeres a temáticas relacionadas con el feminismo; iii) analizar su opinión sobre el feminismo y qué rol le dan en su vida y en la sociedad; ii) identificar a qué figuras públicas relacionan como feministas.

ESTUDIO DIGITAL

La relevancia de esta investigación recae en que los elementos análogos utilizados como herramienta de medición entregan un marco en el cual se desarrolla la observación digital en diferentes ámbitos, enfocándola en objetivos específicos y con una referencia directa a los intereses a observar. Por tanto, con estos antecedentes en mano, el estudio de consumo digital se divide en cuatro principales secciones:

1. Estudio y análisis del mundo cultural

Se identificarán las principales narrativas presentes en los productos culturales mencionados en los focus group, observando tanto los conceptos asociados que refieren las participantes al hablar de su mundo cultural, como, posteriormente, un estudio del producto en sí mismo y de las narrativas halladas.

2. Datos cualitativos de consumo y formas de conexión

Se extraerán los principales órdenes prioritarios de mención de redes sociales que utilizan las audiencias estudiadas, extrayendo narrativas sobre los modos de uso de estas plataformas, para luego identificar a través de la escucha macro y micro los principales focos de tráfico temporalmente (qué días) y espacialmente (en qué lugares).

3. Escucha micro en espacios cerrados y comunidades que se identifican como relevantes en la realización de los focus group

Se insertarán las herramientas de escucha bajo el análisis de *self, us, now*, en espacios de interacción mayoritariamente cerrados, como grupos de Facebook, de WhatsApp, o cualquier otro identificado como relevante en la observación de los grupos focales.

4. Escucha macro con parámetros desprendidos del focus group

Se utilizará la herramienta de escucha de tendencias macro Brandwatch para identificar grandes paneles, conversaciones y narrativas tanto desprendidas de la observación de los focus group, como otras halladas en la búsqueda.



METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS

El punto clave para cumplir los objetivos de la investigación es el análisis del discurso de las personas que forman parte del grupo focal. Para ello, se ha decidido hacer uso del análisis estructural del discurso, metodología y foco teórico que propone reglas y procedimientos para definir los principios que organizan las representaciones de los sujetos sobre problemas y prácticas específicas (Martinic-Valencia, 2006, p. 299).

Esta metodología permite analizar la representación social, es decir, la constitución de ideas con una lógica y lenguaje propios, que ordenan cognitivamente y afectivamente realidades muy cercanas a la experiencia de los sujetos. Es decir, es un método cualitativo de análisis que busca ver aquello que los individuos dicen de la realidad; se focaliza, por lo tanto, en el sentido o “manera de ver las cosas”, así como en el significado que el hablante les da a las palabras y frases, pero siempre teniendo en cuenta el contexto social (Arguelles-Bendezú, 2016). Esto entrega la posibilidad de

- i. analizar un contenido informacional del discurso, dar cuenta de las diferencias cognitivas, de conceptos y términos que contiene la representación por parte de los hablantes para dar sentido e interpretar la dimensión de realidad que se plantea en el grupo focal;
- ii. permite analizar el orden interno que da sentido a las relaciones que tienen las diferentes categorías de las representaciones sociales; y
- iii. analizar la dimensión ético-normativa para ver qué califican como válido, legítimo o deseable los sujetos analizados (Martinic-Valencia, 2006, p. 300).

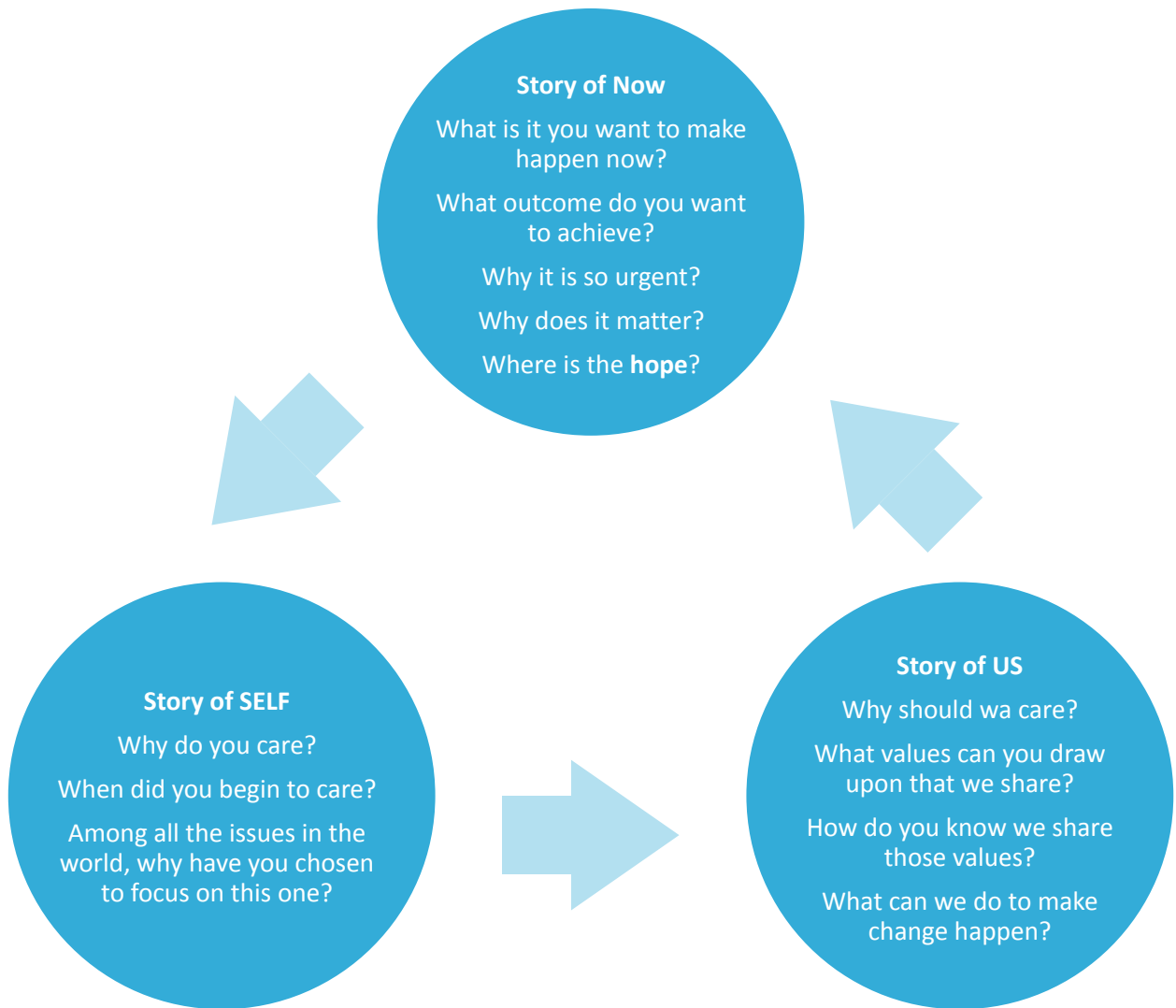
Esta metodología es reconocida por ser útil para comprender las representaciones de los individuos y acceder a las construcciones mentales individuales y sociales que las personas forman de una realidad,

así como a los sistemas de sentido que orientan sus acciones. Por esto, nos permitirá tener un análisis más completo y complejo de cómo las mujeres entienden su realidad y problemáticas, al igual de cuáles son los motivos que motivan sus diversas acciones (Martinic, 1992).

Por último, ante la implicancia que tiene en esta investigación, se ha destacado la narrativa y la comunicación para la construcción y fomento de cambios, dándole espacio a autoras y autores que favorecen formatos de narrativa en búsqueda de la creación de cambios sociales. En este caso es pertinente destacar a Marshall Ganz (2009), quien sostiene que, al crear narrativas públicas a través de la articulación de momentos narrativos específicos —historias de dolor (por qué me importa) y esperanza (por qué puedo actuar)— de las mismas personas, y conceptualizar los valores de ellas como compromisos, es posible poner en práctica los recursos narrativos para motivar a otros a elegir la acción colectiva (*Crafting public narrative*). Afirma que, en la articulación de momentos narrativos, las identidades individuales y colectivas se construyen mutuamente. Así, para comprender la narrativa individual de las mujeres, es importante comprender también la narrativa colectiva que mantienen junto a sus pares, y entender cómo ellas construyen en colectivo la narrativa sobre los diferentes sucesos, realidades y ellas mismas.

Además, este formato de elaboración de narrativas públicas puede ser un gran insumo que da respuesta y utilidad a los datos investigativos obtenidos. Esto se debe a que otorga las herramientas para la realización de propuestas narrativas a diferentes actores públicos que buscan fomentar el progresismo.

FIGURE 1
Developing a Public Narrative



II. HALLAZGOS ANÁLISIS DE DISCURSO

Este es un análisis realizado sobre los discursos que se desprenden de la sistematización de 18 focus group aplicados en las regiones de Antofagasta, Metropolitana y Biobío, realizándose el levantamiento entre los meses de octubre de 2023 y enero de 2024.

La distribución de los casos obedece a la muestra que se presenta en la siguiente tabla:

Región	18 a 25 años			26 a 40 años			Totales
	Mixto	Mujeres		Mixto	Mujeres		
		Carreras técnicas	Profesional Estudiantes Ed. Sup.		Trabajo Informal	Trabajo Formal	
Antofagasta	1	1	1	1	1	1	6
Metropolitana	1	1	1	1	1	1	6
Biobío	1	1	1	1	1	1	6
Totales	3	3	3	3	3	3	18

A partir de las conversaciones y opiniones que se desprenden de estos focus group, se pueden identificar diferentes dimensiones, algunas consideradas a priori en la pauta de entrevista y otras que surgieron de manera espontánea.

II.I ANÁLISIS DE LA NARRATIVA PÚBLICA I FOCUS GROUPS

SELF:

Las mujeres estudiadas en las tres regiones, a la hora de autodefinirse, se describen como alegres, luchadoras y empáticas.

- “También me defino con ganas de vivir, muy alegre y profesional, para lo que sea que haga, me gusta tratar de ser lo más profesional posible, con compromiso” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “Yo me considero una persona igual un poco seria, pero a la vez optimista. Tengo hartos sentido del humor, soy simpática, empática. Me gusta compartir con la familia, más que sociable, soy no tan sociable, pero soy alegre, me gusta pasar rato con la familia, con el grupo más cercano, con amigos, pero, si me dicen soy sociable, no, pero sí alegre y positiva, bien positiva. A pesar de que uno, a veces, ha tenido caídas, pero sé cómo salir adelante, siempre con una sonrisa y siempre tirar para adelante, como se dice” (Concepción, mujeres 26 - 40, trabajo formal).
- “Me defino como una persona súper extrovertida y muy risueña también, me río por todo, todo me causa gracia. Soy una persona de mostrar mucho sus sentimientos, eso sí. Si estoy muy alegre, alegre hasta morir, pero, si algo me molesta, cambio al tiro mi actitud” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras técnicas).

En primer lugar, cabe destacar que la autopercepción desde la alegría puede ser consecuencia de diversos factores:

- i. En la sociedad, y especialmente en la chilena, la alegría es una de las únicas emociones validadas, por lo que en un entorno que muestra la norma

social, como son los grupos focales, puede ser una respuesta condicionada;

- ii. Es una imposición o un “deber ser”, dado que se ven varias contradicciones en sus características, como “sería pero alegre”. Este “deber ser” se potencia con el consumo cultural, donde los personajes femeninos protagonistas son mujeres de entornos populares que gracias a su alegría consiguen conquistar al personaje masculino del drama.

Segundo, la lucha diaria es parte importante de la identidad. Esto da a entender que las mujeres analizadas no han tenido una vida fácil y se han visto obligadas a reinventarse y luchar. Por lo tanto, esa capacidad de salir adelante es uno de los grandes orgullos dentro de la construcción de su autopercepción.

Esta lucha se hace siempre manteniendo un buen ánimo, lo que da a entender que no se ven con derecho a enojarse, irritarse ni, mucho menos, caer en la tristeza. De nuevo aparece este “deber ser” de la alegría.

- “La verdad es que resiliencia puede ser, guerrera frente a todo. Me ha tocado bien duro, pero siempre se sale adelante, encuentro que es eso” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Yo me considero una persona luchadora y que siempre anda buscando algo que hacer; no me puedo quedar tranquila, siempre ando buscando algún emprendimiento, vender algo. Como que me caracterizo por eso. Igual soy como alegre, porque trabajo con niños, entonces tengo que ser siempre creativa y estar muy feliz siempre” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo estable).
- “Yo me defino una persona luchadora y que nada me queda, como se dice, chico; todo es posible en esta vida” (Antofagasta, mujeres 26-40 años, trabajo informal).

Estas características de ser alegres y luchadoras tienen una consecuencia directa: las problemáticas de salud mental, la carga de una vida difícil donde se contienen

emociones en base a las exigencias sociales y que, por lo tanto, tienen como consecuencia una carga mental elevada. Esta carga mental se reafirma por variables a analizar más adelante.

Entercer lugar, las características que aparecen son aquellas relacionadas con la empatía y la ayuda al entorno. Varias se definen desde el atributo de la empatía o mencionan el hecho de que les gusta ayudar a las personas: es un rol tradicional que se le ha dado a la mujer, el de cuidadora, de quien se preocupa por el entorno.

- “Me gustan muchas cosas. Ahora estoy estudiando Hotelería y me llama la atención eso. También me gusta la belleza. Soy empática, me gusta ayudar a las personas.” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).
- “Yo me defino como una persona empática, trabajadora, eficiente, eficaz y, bueno, soy súper compasiva, me gusta ayudar a las personas” (Concepción, mujeres 18-25, carreras técnicas).

En cuarto lugar, aparece la idea de ser una persona sociable, que se lleva bien con las personas de su entorno. Esto es especialmente cierto en mujeres que comparten en lugares públicos, es decir, mujeres jóvenes estudiando o mujeres en trabajos formales.

- “Me caracteriza la alegría, soy muy sociable, no me llevo mal con nadie. En ese aspecto, soy bien sociable” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).

Por último, se destaca que en todos los grupos solo una de las mujeres, específicamente en Concepción, se define como inteligente. Este patrón se repite también entre los hombres, lo que nos hace plantear la pregunta: ¿es propio de este sector popular no identificarse como inteligentes?

- “Soy una persona creativa, en realidad; como artista, buena comunicadora, buena para hablar y muy inteligente” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo formal).

A la hora de diferenciar los diversos grupos, las mayores diferencias se dan por causas regionales.

En el caso de Santiago, las mujeres del trabajo informal se caracterizan como luchadoras, mientras que, en las mujeres de trabajo formal, su autodefinición se enfoca más en la alegría y la sociabilidad.

Esto no sucede en Concepción, donde son las mujeres con trabajo estable las que más se definen como luchadoras, por sobre las mujeres con trabajo informal, que a su vez se describen como “amantes” de algo: de los animales, de su familia o del arte. En tanto, las jóvenes de carreras tanto profesionales como técnicas se definen por su visión en el futuro, de acuerdo con cuánto trabajan por tener un futuro mejor: “guerrera”, “perseverante”, “trabajadora”, “me gusta aprender”, “soñadora, [...] soñar [...] con todo lo que podría hacer”.

En Concepción aparece de forma reiterada la idea de ser “tranquila”, lo que viene acompañado del concepto de ser una persona familiar. Dichos atributos no son mencionados en otras regiones. Esto demuestra una valoración mayor del entorno familiar.

- “Por mi parte, me considero una persona bastante tranquila; creo que soy bastante familiar, bien cercana a mi familia y amigos” (Concepción, mujeres 18-25, carrera profesional).
- “Hola. Yo me defino como una persona que ama mucho a su familia, me identifico mucho con mis niños, con mi esposo y mi núcleo familiar. Me encanta la jardinería, me relaja mucho” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).

En Antofagasta, en cambio, hay una visión de hacer más cosas al aire libre, y a la vez son la única región en la que mayoritariamente se describen como sensibles.

- “Algo que me define harto es ser una persona sensible; siento demasiado las cosas. Me gusta mucho tomar en cuenta varios detalles y ver cosas

que la demás gente no alcanza a ver” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras profesionales). “Sé que soy muy llorona y muy sensible” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo informal).

- “A veces soy un poquito llorona, pero trato, en lo posible, de estar tranquila” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo informal).

US:

VALORES:

Para analizar el *us*, o el nosotros, es fundamental entender los valores principales que el sujeto de investigación establece como necesarios en la sociedad, dado que al hacer la historia del “*us*”, se necesita comprender la sociedad que rodea al sujeto y la sociedad ideal que dicho sujeto plantea.

Los valores son un componente esencial de todo orden social, el cual se estructura a partir de una dimensión material y otra simbólica, cada una con diversos componentes internos. Entre muchas otras cosas, las ciencias sociales se han empeñado en demostrar que la dimensión simbólica es lo que permite el sostenimiento de la sociedad. Para sostenerse, lo material requiere de lo cultural, o, en términos estructuralistas, las instituciones sociales se reproducen a partir de las acciones de las personas orientadas por una estructura simbólica funcional a los objetivos de tales instituciones. Pero también, en ocasiones, a partir de ciertas afinidades, las ideas pueden operar como dinamizadores de cambios sociales.

El primer punto destacable es que se habla desde una falta, desde una inexistencia de valores necesarios en nuestra sociedad, la que ha perdido los valores esenciales para la convivencia.

En cuanto a los valores más relevantes, aparecen el respeto y la empatía, valores que ellas mismas utilizan en muchos casos para definirse.

Es necesario destacar que la importancia de la empatía y el respeto la mencionan especialmente las mujeres y, aunque en los mismos grupos mixtos son también los valores destacados, las mujeres deciden nombrarlos en primer lugar. Los hombres mencionan otros valores como la honestidad y la humildad, los cuales son relevantes para las mujeres, pero no aparecen mencionados de forma espontánea.

- “Yo, personalmente, además de ser mamá, soy profesora de E. Básica, entonces los valores [...] me parecen súper importantes. Hoy en día, hay una falta... no sé si una falta, pero una imagen tergiversada de lo que son valores. Faltan muchos valores, eso se puede ver en las escuelas, sobre todo, la empatía, el respeto; creo que, son los valores que he visto más escasos, durante mi tiempo ejerciendo como profesora, en los niños. Creo que hace falta, sobre todo, el respeto y la empatía; el respeto hacia los profesores, hacia los mayores y la empatía hacia sus pares. Creo que es una gran problemática que se va a ver a futuro, en verdad, las consecuencias” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).
- “Yo quería hablar acerca del respeto y la empatía hacia los demás. Creo que son dos valores bastante importantes y que los dos se conjugan de manera bastante... Para que haya respeto, también tiene que haber empatía; tenemos que ver a la persona de al lado y respetarlo por lo que es, por lo que piensa. Creo que es algo muy importante para enseñar a nuestros niños” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Para mí, el tema de la empatía es un gran valor, hay que saber ponerse en el lugar del otro. No es fácil, porque uno dice ‘yo te entiendo’, pero no es lo mismo entender a las personas a tener empatía y ponerse en los zapatos de uno. Bueno, eso es para mí” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras técnicas).

Relacionado con el valor de la empatía aparece también el de la tolerancia. La tolerancia toma diferentes formas dentro del discurso: tolerancia hacia la diferencia o tolerancia hacia las dificultades del entorno.

Existe una lucha generacional en cuanto al entendimiento de este valor. En las generaciones más jóvenes existe un reproche hacia las generaciones más adultas en cuanto a la incapacidad de aceptar lo diferente:

- “Creo que, en general, las personas adultas también carecen mucho de valores. Por ejemplo, hay muchos chistes o burlas hacia personas, hacia mujeres, hacia situaciones, que, en verdad, carecen mucho de empatía, de solidaridad y respeto. Creo que, en general, las generaciones tienen el concepto del respeto hacia la autoridad, hacia los mayores, hacia las mujeres embarazadas, pero hacia las otras personas, como respecto a la diversidad o cualquier situación compleja, características físicas, las personas mayores carecen mucho de respeto y de empatía hacia las otras personas. Eso se ve en los chistes que antes hacían en los festivales de Viña. La gente antes se reía de cosas que, ahora, son impensables para nuestra generación. Entonces, en verdad, creo que encarnar [sic] a una persona adulta, respecto a todos los valores que nosotros encontramos esenciales, las generaciones antiguas carecen mucho” (Santiago, mujer en grupo mixto, 18-25).
- “También metería la diversidad, puesto que, bueno, la generación antigua, siento que la diversidad da lo mismo, pero ahora, en las nuevas generaciones, se va reforzando, pero, siento que sigue siendo un punto débil, que falta por reforzar mucho. Y la tolerancia también” (Santiago, mixto, 18-25).
- “Yo creo que la tolerancia, porque hay muchos tipos de personas y creo que es importante; bueno, eso igual va dentro del respeto, tolerar a los demás tipos de personas, independiente de la opinión que tengan” (Concepción, mujeres 18-25, carreras profesionales).

Hay otra narrativa sobre la tolerancia respecto a la frustración y a los obstáculos que se enfrentan en el día a día. Por un lado, está este discurso en mujeres de

26 a 40 años que se refieren así a “las juventudes de ahora” y, por otro, se ve en ambos rangos etarios sobre las infancias.

- “La resiliencia. Es algo que falta bastante en las juventudes de ahora. Problema pequeño, lo hacen demasiado grande, sienten que los dañan, que los perjudican. Antiguamente no nos criaban así, nos criaban que uno tiene que dar la pelea, que tiene que salir adelante. Hoy en día todo se soluciona con psicólogo, con pastillas y no es así, hay que cambiarles esa mentalidad a los niños” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “También siento que los jóvenes de ahora son poco perseverantes; o sea, van a una pega y si no les gusta algo, se van, no dan ninguna explicación.” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “La tolerancia a la frustración también es importante, sobre todo con los niños, porque, cuando son muy chiquititos... Por ejemplo, yo igual tengo a mi bebé chiquitita, no les resulta algo y lo tiran al tiro. Entonces es súper importante inculcar eso, para todos los ámbitos que se vienen” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “A lo mejor, la perseverancia, porque siento que las generaciones de ahora están muy... tienen muy poca tolerancia a la frustración. Por ejemplo, mi sobrino chico, tengo sobrinos chicos y son súper poco tolerantes a las malas notas o a situaciones que pasan en el colegio. Eso igual uno tiene que ir aprendiéndolo con el tiempo, a no ser tan exigente con uno mismo. Siento que hace falta que las personas lo aprendan o que se converse más” (Concepción, hombre en grupo mixto, 18-25).

Relacionado con esta visión de la tolerancia a la frustración se afianza un valor relevante, especialmente para enfrentar las dificultades del día a día: la perseverancia o capacidad de resiliencia. El valor de ambos conceptos se determina en gran medida por

la autodefinición de las mismas personas, donde la capacidad de luchar y enfrentar las dificultades del día a día se vuelve esencial.

- “La tolerancia, como un aspecto bien general; por ejemplo, la tolerancia a los cambios a que las cosas, de repente, no salen como uno quiere o... la tolerancia en general, en muchos aspectos, porque, al ser una generación que tiene todo un poco más fácil, no tenemos tanta paciencia” (Santiago, mujeres 18-25, carreras técnicas).
- “Perseverantes en lo que quieren. Que sean creativos, que sigan sus ideas también” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).

Es interesante que en este listado no se encuentren aquellos valores que, según las ciencias sociales locales, se asocian a las orientaciones culturales dominantes en el país desde la década de 1990, vinculados principalmente a la competencia y el individualismo. Estos valores habrían sido promovidos, incluso inoculados en la población, por los diferentes dispositivos ideológicos (publicidad, medios de comunicación, escuela, consumo, etc.) coadyuvantes de las políticas económicas y sociales neoliberales que determinaron y orientaron la particular forma de desarrollo chilena.

Se identifica en los discursos, de manera transversal, una necesidad de romper con la estructura cultural ad hoc al mercado, que promueve aquellos valores que se consideran propios de la dimensión cultural del neoliberalismo chileno. Esto, para sustituirlos por otros valores vinculados al reconocimiento de la otredad y la convivencia colectiva. Se trata de una especie de tránsito de las acciones instrumentales, eminentemente económicas, a las acciones de carácter afectivo.

Sin embargo, esta reorientación, como dijimos, responde a una carencia; es decir, está promovida por la escasez o inexistencia de tales valores, evidenciada por los individuos al ser interpelados. Esta carencia tiene

una relación directa en la forma en que ven también la comunidad y el entorno, donde el valor comunitario es muy escaso y prima la desconfianza ante una sociedad que no es capaz ni de respetar ni empatizar.

LA COMUNIDAD:

Cuando se les pregunta por la comunidad y resolución de conflictos, existe en las personas una sensación generalizada de abandono por parte de la comunidad hacia los individuos. Se trata de una desafección a partir del distanciamiento respecto de la alteridad, sea por miedo, desconfianza o desconocimiento.

Esto se refleja en la forma en que la mayoría de las veces las personas solo confían en el entorno más íntimo y familiar; por lo tanto, la colectividad y comunidad no les pertenecen.

- “Yo no conozco a nadie. Por cordialidad saludo a mis vecinos, pero, en general, no hay relación” (Santiago, mujer, mixto 18-25).
- “Los problemas de uno los resuelve uno; la comunidad, en ese sentido, no ayuda, las JVV tampoco” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).
- Pero los vecinos no son así con ella. Las veces que ella ha tenido problemas acá, siempre los he tenido que resolver yo o mis hermanas. La única vez que tuvimos un poco de empatía, cuando mi mamá cayó con COVID, que me llamó una vecina para avisarme que a mi mamá se la estaba llevando una ambulancia, pero fue para copuchenteo, porque, si fuera por ella... no está ni ahí. Pero empatía de los vecinos, ya no hay, porque están todos en sus mundos” (Santiago, mujeres 26-40 profesionales).
- “Antes existía mucho más el trato entre vecinos que se conocían, se saludaban en las calles, conversaban; a veces, el simple hecho de decir buenos días. Ahora no se da tanto, cada uno está en su círculo y no le importa lo que pase alrededor,

no se saludan, no dicen gracias.... Están encerrados en sus mundos y no se preocupan por nada más” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras técnicas).

Los más jóvenes dan cuenta de la diferencia generacional respecto al vínculo comunitario —¿hasta qué punto idealizado?— de un pasado con un basamento colectivo más sólido:

- “Donde mi mamá, donde yo crecí, es normal ese tipo de ayuda. Si algún vecino está mal, se hace una caja común; en caso de cualquier cosa, los vecinos corren. Aquí, donde arriendo, hay un WhatsApp y en la población, hay un Facebook y, en caso de cualquier cosa, la gente se va comunicando” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal, Biobío).
- “Mi papá igual, conoce a todos los del pasaje, todos lo saludan” (Santiago mujer, mixto, 18-25).

Por su parte, la participación en colectivos se acota a cuestiones estrictamente funcionales orientadas a resolver problemas cotidianos, en muchos casos domésticos o exclusivamente individuales. La mayor parte de las veces, esta participación se ve mediatizada por una plataforma de comunicación (Grupos de WhatsApp):

- “Participo en programas de ejercicios, en el gimnasio municipal de mi comuna, programas que fomentan la vida sana y programas psicológicos y nutricionales” (Concepción, mujeres 18-25, carrera profesional).
- “Estamos acostumbrados a comunicarnos por WhatsApp” (Santiago, mujer, mixto, 18-25).
- “Vivo en una villa y aquí los vecinos están informándose por WhatsApp, constantemente hablando” (Concepción, mujer, mixto 18-25).
- “Funcionamos con un WhatsApp de vecinos y, en ese aspecto, nos apoyamos bastante” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).

El concepto de comunidad va cambiando a través de las generaciones. En sus abuelos había un concepto de comunidad arraigado; en las personas de mediana edad, no tanto; mientras que los jóvenes tienen una fuerte asociación a la comunidad a través de redes sociales con personas que no son de su mismo barrio, sino con intereses en común: música, deporte. En la comunidad física ya no aparece el barrio sino otros, como grupos scout o de iglesia.

Esta realidad con una colectividad diluida puede ser una causa de la “existencia precaria”, una sociedad donde no existen condiciones basales para la construcción de sueños colectivos, dado que los individuos están viendo cómo salvar el presente ante la inestabilidad y el miedo instalados. Se trata de una sociedad de mercado donde el colectivo no es respuesta, porque no facilita las soluciones que necesitas para tu estabilidad.

LA IMPORTANCIA DE LA MERITOCRACIA:

En todos los grupos se hace un reconocimiento al esfuerzo individual como eje para alcanzar las aspiraciones personales. Esto se evidencia desde las formas en las cuales se presentan ante el grupo, pasando por la autopercepción, los temas de las canciones que más las/os identifican, las personas a las que identifican como portadoras de virtudes, sus expectativas, hasta las opiniones que elaboran respecto de determinados fenómenos.

- “Perseverante y con muchas ganas de surgir en la vida” (Concepción, mujeres 18-25, carreras técnicas).
- “Perseverancia, soy luchadora, soy alegre, comprometida con mi familia” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “Perseverante y con hartas ganas de aprender...” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo formal).

Cuando se refieren a sus gustos musicales, en las canciones que dicen escuchar también se pueden identificar ciertos rasgos vinculados a lo meritocrático:

- “Claridad de Muerdo, y habla del tiempo de renacer, de olvidar lo malo, de salir adelante” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo formal).

E incluso, en mujeres con carreras técnicas, específicamente las más jóvenes y principalmente en Concepción y Antofagasta, el esfuerzo individual aparece como una estrategia frente a los problemas cotidianos:

- “Yo no acudo a nadie. En mi casa, en mi metro cuadrado, mis problemas me los cargo” (Concepción, mujer mixto 18-25).
- “Desde niña, he ido a la feria a vender cosas, comida; en el trabajo también he vendido cosas, ropa y así trato de sustentarme hasta fin de mes” (Concepción, mujeres 18-25 carreras técnicas).
- “No me apoyo en nadie más que yo. Me dedico a hacer dulces, formé mi propia PYME para poder salir adelante” (Antofagasta, mujeres 18-25 carreras técnicas,).

La literatura especializada sostiene que el mérito tiene a priori la producción de ordenamientos sociales a partir de la combinación virtuosa de inteligencia y esfuerzo, donde se pone en juego el ejercicio de capacidades y empeños individuales. Esto ocurre por oposición a factores adscritos, como la cuna, el origen familiar o la clase, determinantes estructurales que definirían en gran medida la vida de las personas. De lo anterior se pueden inferir ciertos sentidos que orientan las acciones de las personas, así como sus expectativas.

Por lo tanto, la sociedad no es vista como un lugar en el que se puedan ejercer derechos. Más bien, una sociedad ideal está asociada a un entorno que te dé acceso a ciertas oportunidades para que los individuos, en igualdad de condiciones, puedan luchar y esforzarse para llegar a sus objetivos individuales. Se ve como una virtud alcanzar aspectos básicos de la vida como una vivienda propia o terminar una carrera.

En consecuencia, los aspectos donde se establecen exigencias a la sociedad son en aquellos donde el mercado no les puede dar una respuesta satisfactoria respecto a tener lo necesario para competir en este entorno hostil, como, por ejemplo, la educación, la salud o salarios dignos que den estabilidad económica y acceso al mercado. Esto conlleva que la gente, en vez de derechos, hable de injusticia; es decir, lo injusto es no poder competir en igualdad de condiciones.

REFERENTES:

Se mencionan referentes de acuerdo con diferentes características.

Primero, personas cuyas narrativas apuntan a que “han surgido desde abajo”, que actualmente cuentan con una situación económica superior y que, al mismo tiempo, muestran una actitud solidaria y “desinteresada” con el entorno que les rodea. Entre ellos están: Pablo Chill-e, Felipe Camiroaga, o la Teletón como institución.

- “Siempre he escuchado como que Farkas siempre ayudaba cuando había terremotos o cosas así. Ayudaba en temas económicos y nunca pedía nada a cambio. Cacho que él, igual podría ser, pero, como dice Víctor, es complicado que una persona combine todos los valores” (Santiago, mixto 18-25 años).

En segundo lugar, aparecen personas con un largo recorrido de lucha, especialmente mujeres que, gracias a dicha lucha, actualmente tienen una buena calidad de vida y se comportan según estándares que la sociedad exige: Nicole Moreno o Naya Fácil.

- “Nicole Moreno, porque es un ejemplo, porque se habló muy mal de ella, pero ella misma demostró que fue una mujer emprendedora que salió adelante. Ha demostrado buenos valores y ha sabido llevar bien su vida” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Causa mucha controversia porque [hay] gente que la quiere mucho y no, la evolución de Naya

Fácil, que partió siendo una prostituta barata y hoy en día ha surgido de buena manera: paga los impuestos, muchas veces llama a la conciencia y muchas personas se pueden ver visibilizadas por ella, aunque eligió el camino fácil para tener dinero pudo salir de ahí y puedo ser lo suficientemente ordenada y metódica para lograr lo que ella quiso de manera correcta” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).

En tercer lugar, se mencionan muchas referentes que hablan de maternidad; afirman que son un ejemplo de cómo quieren y buscan criar a sus hijas e hijos. Incluso, algunas mujeres del estudio, pese a no tener hijos, destacan estas referentes: Constanza Silva, María Luisa Godoy, Alison Mandel.

- “La **Coni**. A pesar de ser mamá joven, supo cómo criar muy bien a su hijo, con crianza respetuosa, enseñándole valores muy buenos, que el niño fue inculcando [sic] y se nota en el niño, porque sigue siendo un niño, pero se notan los valores que ella le inculcó. Ella sería una buena persona” (Santiago, mujeres 18-25, carreras técnicas).

En cuarto lugar, las mismas mujeres tienen también de modelos a mujeres que desde su perspectiva han abierto caminos. Se trata de referentes que se han enfrentado a lo establecido y gracias a las cuales después se ha podido hablar de temáticas relevantes para las mujeres. Bajo esta definición aparecen: Gabriela Mistral, Gladys Marín, Michelle Bachelet, Isabel Allende (escritora).

- “Una referente mujer, para mí, podría ser Gabriela Mistral, porque, a pesar de la adversidad, en sus tiempos, el mostrarse abiertamente lesbiana cuando estaba viva, creo que es admirable, puesto que, en aquel entonces era bastante difícil el poder mostrarse abiertamente en base a una sexualidad distinta” (Santiago, mujeres 18-25 trabajo profesional).
- “Una referente mujer, Michel Bachelet, principalmente, por ser la primera mujer y única,

hasta ahora, presidente de la República y eso, también fue un impulso; tanto como para la igualdad, el feminismo, todas esas materias que se relacionan” (Concepción, Mixto 26-40).

En quinto lugar, si bien no aparecen mencionados de forma espontánea, cuando se les pregunta específicamente por referentes políticos se destacan principalmente Michelle Bachelet y Evelyn Matthei, además de Gonzalo Winter y Sebastián Piñera.

- “Gracias a eso, yo pude estudiar gratis. Yo no pagué nada de nada y, gracias a Bachelet, porque en el tiempo de ella fue que se impuso eso, porque de verdad cuesta mucho” (Concepción, mujeres 18-25, carreras técnicas).
- “La gratuidad en el sector de salud. Yo tuve a mis bebés en el hospital y no pagué nada. El Programa Chile Crece Contigo, parece, algo así. Ese igual lo impulsó Michel Bachelet. Cotizar un parto en clínica y hospital, la diferencia es, pero, del cielo a la tierra” (Concepción, mujeres 18-25, carreras técnicas).
- “Evelyn Matthei. Directa, confrontacional, va al punto, ha hecho muchas cosas por su comuna, lo mismo que Joaquín Lavín en su tiempo. Han hecho crecer sus comunas” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “El que más me agrada es Gonzalo Winter. No es que me agrade, si no [que] es con el que más suelo estar de acuerdo, a la hora de que él se exprese; si bien no estoy al 100% de acuerdo en todo lo que dice, pero es el que más logra plasmar el pensamiento que tengo, y su forma de expresarse igual es muy interesante” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras técnicas).

Por último, hay muchas mujeres que no tienen referentes famosos, por lo que deciden nombrar referentes propios de su familia, especialmente abuelas, abuelos o mamás.

- *“Mi referente mayor, de toda mi vida, fue mi abuela, que murió el año pasado, antes de Navidad. Era una mujer maravillosa: era la persona más dulce, amorosa que he conocido en mi vida. Nadie ha tenido un mal recuerdo de ella. Ella me crio a mí”* (Concepción, mujeres 26-40 trabajo informal).

ROL DE LA MUJER:

No existe un discurso unánime sobre el rol de la mujer dentro de los grupos focales. Existen diferencias importantes dependiendo de la edad y, especialmente, dependiendo de la formalidad del trabajo realizado por la mujer.

A pesar de ello, sí existe una reivindicación generalizada de que la mujer puede hacer y tener los mismos puestos, cargos y trabajos que los hombres. La mujer empieza a ser la protagonista de su propia vida. Esto es una razón de orgullo y validación.

- “Demostrarle a la humanidad que una igual puede surgir y tener cargos importantes. Creo que es importante que una pueda surgir y que una puede hacer lo que quiera hacer: muchas cosas al mismo tiempo, y hacerlo bien, ser mamá, ser emprendedora...” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Hoy en día, la mujer cría a los niños, los lleva a la escuela y, además, trabaja. Hoy en día, la mujer tiene un rol más importante y estamos cumpliendo el sueño de, quizás, la mujer antepasada, donde no simplemente tenemos que cumplir un rol doméstico, sino también un rol de... Podemos ser la protagonista de nuestra propia vida y ser, de verdad, lo que queramos ser, tener una profesión, ser referente para otras mujeres. Hoy en día, la mujer es más visible” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).

En cuanto a las diferencias, las mujeres de trabajo informal entienden el rol de la mujer desde un foco más

tradicional. En él, los roles de mantención de orden y de unión de la casa y la familia son prioritarios. Es un rol que desde su visión solo las mujeres pueden cumplir y sin ellas no es posible, convirtiéndose así en parte importante, también, de la identidad de las mujeres que se dedican al trabajo informal.

- “Ordenar la vida, llevarla. O sea, siento que una casa sin una mujer es un caos. Lo he visto en mis tíos, en amigos; tengo amigos que viven solos y no sé cómo viven, porque es un desorden extremo, la verdad. Siento que la mujer es la que lleva el orden, las reglas del buen camino” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Creo que una mujer, en lo que hace, aporta lo que tiene, como naturalmente. Por ejemplo, para mí o en lo que me he fijado, la mayoría de las mujeres somos como más detallistas. Por decir, en la casa, la mujer es la que está preocupada de los cumpleaños, de saludar o de preparar algo rico... en los trabajos también. Siento que los hombres son más individualistas, como que son más egoístas, como más para ellos, en cambio, las mujeres, como más para dar; nosotras somos más de compartir, de generar instancias. De hecho, me he dado cuenta también que [sic], en general, están contratando más mujeres en los trabajos administrativos, porque las mujeres somos más detallistas, minuciosas...” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Yo creo que la mujer tiene varios roles; principalmente, yo creo que, es una opinión personal, pero creo que es el pilar de una familia. Siento y he visto que pasa que, cuando la mujer parte anticipadamente de la familia, por fallecimiento o algo así, como que se hace un quiebre en la familia. Siento que, también, el rol de poder plasmar que las mujeres... Podemos hacer muchas cosas y darles a las niñas que vienen en camino un ejemplo, que debemos ser respetadas, debemos ser valoradas, debemos ser queridas y debemos exigir un buen trato, un trato digno, como madres, como pareja, como personas. Eso creo que viene a dejar la mujer,

en su rol en la sociedad, de poder plasmar esas cosas. Y falta mucho todavía, creo yo” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).

En el caso de las mujeres del trabajo formal mayores a 26 años, cuando se habla del rol de la mujer aparece una problemática: las sobreexigencias que se establecen en la sociedad por ser mujer. Esta sobreexigencia se evidencia especialmente en el mundo laboral y con la conciliación laboral. Se percibe aquí una obligación de reconocer una disparidad entre hombres y mujeres:

- “Es que ese es el problema de nosotras. Nosotras, cada vez que vamos a ocupar un cargo donde, de por sí, están los hombres, que, en la historia, han tenido sus puestos, a nosotras nos toca mucho más demostrar; demostrar que lo merecemos, demostrar que somos capaces. Al hombre no se le pide tanto como se nos pide a nosotras. Encuentro que la cita es perfecta” (Santiago, 26-40 trabajo formal).
- “Claro y no es bajarles el perfil o que valgan menos que nosotras, valen lo mismo, pero, lamentablemente, ellos siempre reciben mucho más y tienen más facilidad que, no sé, que una mamá soltera, un papá soltero; la mamá trabaja afuera y también llega a trabajar a la casa, tienes menos tiempo para ti” (Antofagasta, 26-40 trabajo informal).

PROBLEMÁTICAS:

A nivel país se identifican problemáticas transversales. La seguridad, la delincuencia, la corrupción, el costo de la vida (inflación y bajos salarios), la inmigración “descontrolada” (con alta preponderancia en los grupos de Antofagasta, pero con presencia también en las regiones Metropolitana y Biobío) y las bajas pensiones son temas que surgen en todos los grupos:

- “Estamos plagados de muchos extranjeros, muchos, demasiados... Muchas veces, priorizan a los extranjeros, que a los mismos chilenos” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).

- “Corrupción, en todos sus ámbitos; político, empresarial y en todos los niveles se ve la corrupción” (Concepción, hombre, mixto 26-40).

- “La delincuencia y la economía... las cosas suben, los precios en el supermercado, los arriendos, pero los sueldos no suben” (Antofagasta, mujer, mixto 18-25).

- “Delincuencia, violaciones, drogas, un montón... La economía” (Antofagasta mujeres 26-40, trabajo informal).

La seguridad es vivida por las mujeres desde la conciencia de que, por ser mujer, corren peligro, viven en una constante sensación de susto. La inseguridad está ligada no solo a miedo al atraco o al portonazo, sino al hecho de que caminar sola puede conllevar situaciones gravísimas como la muerte, violación o secuestro por su condición de género:

- “No hay seguridad. Uno, al ser mujer, siempre está muy alerta al salir de todo: que si va un auto muy lento, que si alguien está caminando detrás de mí y lento o me están siguiendo” (Santiago, mujeres, 18-25, carreras técnicas).

- “Todos los días hay una niña desaparecida, todos los días encuentran un cuerpo y siempre son mujeres, nunca es un hombre. No estoy diciendo que maten a los hombres, pero siempre son mujeres” (Antofagasta, mujeres, 26-40, trabajo informal).

Son varias las mujeres que hacen la correlación de inseguridad con el acoso, un problema que, aunque se pregunta en una parte específica del grupo focal, aparece en diferentes momentos de forma espontánea:

- “El tema de que uno no pueda andar en la calle tranquila, creo que es un tema para todas. Uno va caminando de lo más normal, uno puede andar con jeans o con lo que sea y te miran mal o te dicen cosas. Entonces siento que eso es incómodo. Yo

muchas veces, en temas de conversación, digo cuando sea mamá, me gustaría tener un niño, por el tema de que o andaría muy preocupada de tener una hija y que salga y puede que le pase algo, o puede que alguien la toque, porque, de hecho, yo creo que a todas les ha pasado, que en el Metro le corren mano o en la micro. Entonces al final, es algo que a ninguna le gusta. Siento que es algo muy inseguro para la mujer” (Santiago, mujeres, 18-25 carreras técnicas).

También se identifican problemas asociados a la salud, relacionados específicamente con el acceso a ella o con su calidad, lo que a su vez se enlaza a la condición de desigualdad del clivaje público/privado.

- “Hay hartas brechas. Chile es un país que está muy en desigualdad. En la salud también es un problema, se nota mucho, en el sistema público y en el sistema privado. El sistema público se ve que está colapsado y el sistema privado, claramente, el que tiene más plata va a poder optar a una mejor salud. Es lo mismo que pasa con la educación” (Santiago mujeres, 18-25 carreras profesionales).

Aparecen de forma reiterada las problemáticas asociadas a la salud mental, independientemente de la edad o cercanía con el entorno público.

- “La salud mental, aquí en Chile, está súper mal valorada; se toca el tema, pero no se hace nada. La salud mental te sale demasiado cara” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “La salud mental, en este país, que sea tan cara... En este país, la salud mental la dejan de lado y es algo que, hoy en día, la gente adulta cada vez la necesita más” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “La salud mental. Creo que es un problema bastante grande que, siento que gracias a la pandemia, yo creo, nos empezamos a preocupar más de nosotros mismos, de nuestro estado mental, que es algo

súper importante, que estamos conscientes de esto y, creo que, dentro del país, es algo que o cuesta demasiado dinero, o cuesta mucho encontrar una cita al psicólogo o al psiquiatra, encontrar una solución para enfrentar estos problemas mentales” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras profesionales).

Las mujeres deben preocuparse no solo por los problemas de salud mental derivados de su excesiva carga laboral en materia productiva y reproductiva, sino que también lidian con los problemas que el sistema de salud provoca al dificultar el acceso a la atención de personas que están a su cuidado, como sus hijos e hijas.

- “Tengo una hija adolescente y el mismo problema de la señora que habló recién, y uno tiene que pedir hora al siquiatra o al sicólogo, levantarse a las 5 de la mañana para encontrar hora y si llegas a las 8, ya no hay hora y esperar al próximo mes, para de nuevo levantarte a las 5 para pedir hora, y dan ciertos cupos no más. Por ejemplo, 20 horas, y si no llegas temprano, jodiste no más” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo estable).

En cuanto a la educación, los problemas se ligan a sus costos o posibilidad de acceso a la enseñanza superior, acotándose a cuestiones eminentemente económicas o prácticas, omitiendo referencias a contenidos o la calidad:

- “La educación... debería ser gratis o, por lo menos, más barata” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).
- “Es evidente que los colegios públicos no tienen la misma preparación para entrar a la universidad que los colegios privados” (Santiago, mujeres 18-25, carreras profesionales).

Además, existen dos aspectos que afectan especialmente a las mujeres por el hecho de su género: i) la conciliación laboral; ii) la sobrecarga mental a causa de los roles de cuidado.

- “El tema de madre y trabajo; creo que ahí no se dan muchas oportunidades si es que uno tiene un bebé y, aparte, uno quiere trabajar en un lugar fijo. Creo que, inclusión, en ese sentido, no hay mucha” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Esto es algo más personal, pero tengo una hija de cuatro años, ella nació con una pequeña discapacidad, un retraso en el desarrollo sicomotor y una hemiparesia izquierda, por lo tanto, no puedo trabajar por dedicarme a ella, ya que la tengo que llevar a terapia a la Teletón. Como tenía problemas con las texturas, no almorzaba en el jardín, entonces tenía que ir a buscarla. Tampoco hay una accesibilidad donde a mí, como cuidadora, me digan que puedo llegar un poco más tarde, para poder llevar a mi hija al jardín y llegar a tu puesto de trabajo. No hay accesibilidad, en ese sentido, no hay algo que ayude a las personas que tienen que cuidar a personas con discapacidad” (Antofagasta, mujeres 18-25 años, carreras técnicas).

Esta forma de ver las problemáticas por parte de las mujeres muestra que, al ser las encargadas de la reproducción de la vida, temas como la destrucción del medioambiente, el acceso a la salud, a la educación, al trabajo y la carga de las labores domésticas y de cuidado afectan a las mujeres de una forma particular y diferente a la de los hombres. Son quienes tienen que asumir los cuidados de personas afectadas por problemas de salud en la familia; son quienes deben dejar de trabajar para ello, o aceptar trabajos precarios o con sueldos más bajos que les permitan una mayor flexibilidad horaria. De ahí la preocupación de una mujer de Antofagasta por el “polvo que mata” y su preocupación de barrerlo constantemente.

- “Y pasan los camiones con el concentrado de cobre, por toda la ciudad, por eso tenemos algo que se llama “el polvo te mata”, en esta ciudad. Tiene que cruzar la mitad de la ciudad con ese polvo, yo vivo cerca por donde pasan los camiones y barro todos los días y el polvo es negro, negro, porque, obviamente, a los camiones se les va a

salir, es el que vende. Se hicieron pruebas de los lugares cercanos, en jardines infantiles y todo eso. La contaminación es un tema complicado en la ciudad; es decir, en la región, por ser una región minera, se prioriza el tema minero y no se prioriza el medio ambiente, en general” (Antofagasta, mujeres 26-40 trabajo formal).

Tal como dice Silvia Federici: “[las mujeres] además deben lidiar con enfermedades más frecuentes ya que la privatización de la sanidad ha vuelto prohibitiva para la mayoría la posibilidad de acudir a las clínicas, a la vez que la malnutrición y la destrucción medioambiental han incrementado la vulnerabilidad de las personas frente a las enfermedades” (2013, 176). Esto se hace evidente en la ciudad del norte, donde se prioriza la economía minera por sobre todas las demás dimensiones: calidad de vida, salud física, sistemas ecológicos, etc.

A nivel regional, las personas repiten los temas nacionales, aunque identifican cuestiones específicas como el transporte público, especialmente en Santiago y Concepción, y el acceso a la vivienda:

- “En cuanto al transporte, siempre tienes taco. Si mi hora de llegada es a las 10 de la mañana, tengo que saber salir dos horas antes...hay taco, porque el Metro siempre está lleno...” (Santiago, mujeres 26-40 trabajo formal).
- “Soy de San Pedro y para la gente que es de acá, de Coronel, Lota, si trabaja o estudia en Conce, yo creo que el taco es como mucho” (Concepción, hombre, mixto 18-25).
- “La vialidad, el poder trasladarse, si no es en auto. Yo vivo en San Pedro y antes vivía en Talcahuano y en Hualpén, como en otras partes. La locomoción para acá: tengo solo un bus, que es interurbano, se llama Coronel Lota y viene muy lleno... es horrible el tiempo de espera y tengo que programar y salir dos horas antes, para poder llegar, porque las micros no paran” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo formal).

- “Una casa en la Región de Antofagasta bordea los 100 millones de pesos. El problema de la vivienda, el problema habitacional” (Antofagasta hombre, mixto 26-40).
- “Problema de vivienda, no por el arriendo, sino que, mucha gente que está sin vivienda” (Concepción, mujeres 26-40, trabajo informal).

En Antofagasta, en particular, se ve con mayor fuerza el problema de la migración, no solo asociado a un tema de seguridad, como en las otras dos regiones, sino a temas económicos, de salud y de educación.

- “Hay demasiado extranjero. Yo estoy estudiando Técnico en Enfermería y es increíble como hay tanta persona que están, que son extranjeros, que piensas, cómo pueden tener tanta gratuidad, si tengo compañeras que no la tienen po” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “Claro. Porque, al final, el migrante llega y tiene salud asegurada, la atienden en cualquier consultorio; a veces, les aceptan en cualquier colegio al hijo. Mi hijo, el año pasado, no quedó en ningún colegio para la enseñanza media, en ninguno” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo informal).

Otro tema que se ve con particularidad en Antofagasta es la preocupación por el medioambiente y la contaminación, como lo vimos anteriormente.

- “Eso es cultura, falta de cultura, somos pocas las personas que tenemos cultura. Por ejemplo, cuando voy a la playa, de hecho, nos ponemos a recoger basura que ha dejado la demás gente” (Antofagasta, mujeres 26-40 trabajo informal).

Estas problemáticas, asociadas a cuestiones estructurales, configuran un escenario de abandono que promueve sentimientos de vulneración subjetiva asociados a diversas inseguridades: al delincuente, al inmigrante, a no contar con acceso a salud de calidad y

en los tiempos óptimos, a no tener vivienda, a no tener autonomía para el movimiento expedito. Esta cuestión se vincula a lo que se ha denominado como “existencia precaria”, es decir, vidas privadas de derechos o bienestar social, con un alto grado de inestabilidad, inseguridad y riesgo.

NOW:

El now, o el ahora, es el momento y urgencia que marca el momento donde se decide tomar una acción que conlleva efectos directos en el entorno colectivo. Las esperanzas de futuro tienen un rol central.

REALIZACIÓN PERSONAL:

Lo primero a analizar en este apartado son los sueños, expectativas y razones para sentirse realizado. En el caso general, tanto entre hombres como en mujeres existe un sueño común de futuro: la casa propia, la gran aspiración futura que también lo ven como algo lejano y difícil.

- “Yo, trabajar y cumplir las metas de tener la casa propia.” (Santiago, Mujeres, 26-40 trabajo formal).

No existen sueños compartidos más allá de la vivienda; no existe un sueño de sociedad compartida ni añoranza de grandes cambios en el futuro, sino que el sueño se enmarca en la estabilidad, donde la casa propia se vuelve el gran símbolo de la tranquilidad y certidumbre en el futuro del individuo.

Estas ambiciones reafirman la hipótesis de una sociedad precarizada donde el agarre, la supervivencia y el día a día es lo más relevante. Esto entraña una dificultad de soñar más allá de una vida más tranquila y estable donde la fase de supervivencia pueda ser superada. Desde la incertidumbre que tienen, no pueden ver el futuro. Desde el miedo no se puede proyectar ni construir un sueño.

La autonomía económica es un factor relevante para las mujeres a la hora de la realización personal. El hecho de

poder comprar lo que necesiten sin depender de otra persona, o bien poder ser un aporte para su entorno familiar, es una razón de satisfacción.

- “Me hace sentir bien el tema de que tengo trabajo y pensar en el tema de, no sé, si quiero algo, no pedirselo a mis papás o no andar pidiendo cosas prestadas” (Santiago, mujeres, 18-25, carreras técnicas).
- “Poder tener tiempo y recursos y libertad para que haga lo que yo necesite o quiera hacer” (Santiago, mujeres, 26-40, trabajo informal).
- “A mí, el sentirme productiva, el sentirme útil. Me gusta ganar plata, obvio; acá a todas nos gusta tener nuestras cositas, poder comprarnos lo que nos gusta, pero, el ser un aporte, a la par. En mi caso, yo vivo con mi pareja y me gusta que ambos podamos poner de nuestra parte” (Santiago, mujeres, 18-25 carreras técnicas).

Existen diferencias significativas en cuanto a sueños y razones de realización, dependiendo de la formalidad o informalidad del trabajo de las mujeres. En el caso de las mujeres de trabajo formal, el trabajo se vuelve una causa de realización personal, por el aporte económico y la autonomía, y especialmente por el entorno laboral construido. Se trata de un espacio donde comparte con otras mujeres y eso aumenta su sensación de realización. Existe la construcción de un colectivo, de un equipo y colectividad, un lugar de comunicación y de resolución de problemas conjuntos.

- “A mí me gusta mucho mi trabajo”; “A mí me encanta”; “Creo que llegué a un buen lugar” (Santiago, mujeres, 26-40, trabajo formal).
- “Yo estoy súper contenta, estoy feliz con mi trabajo. Me acomoda demasiado, tengo un equipo de personas que están muy afiatados, donde tenemos mucha comunicación. También hay problemas, porque no todo puede ser color de rosa, pero sabemos solucionarlos en equipo. Así

que no cambiaría nada de lo que estoy haciendo” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).

En muchas de las mujeres del grupo de trabajo formal, el plus de la realización lo conlleva el estudiar. Esto se debe a que ahora, gracias al trabajo y el entorno laboral, se ven con la posibilidad de estudiar aquello que querían haber estudiado en el pasado:

- “A mí, estudiar y trabajar. Porque, por primera vez, en mucho tiempo, estoy estudiando lo que quería estudiar. Estoy en un ambiente laboral, no sé si llamarlo perfecto, porque la misma perfección falla. Pero sí me gusta, el ambiente es súper grato, mis jefes me ayudan con el tema de los horarios, porque saben que estoy estudiando. Cuando tengo algún problema familiar o personal, siempre están ahí. Con el tema de los estudios, a veces me ayudan ellos mismos. Entonces, hoy en día, hasta el minuto, sí me siento realizada. Creo que el día que me titule y tenga mi casa, que son mis metas, ahí estaré en la gloria, creo yo” (Santiago, mujer 26-40, trabajo formal).

En cuanto a las mujeres del área informal, cambian las razones de realización. Las causas de satisfacción personal tienen relación con su entorno familiar y sus quehaceres diarios. Son centrales el bienestar y la relación con sus hijas e hijos para su percepción de felicidad.

- “Me hace sentir realizada, me gusta cumplir con todo: si veo que la casa está en orden, el emprendimiento en orden, mi hijo lo que necesita el día a día, y me voy a acostar con todo lo que tenía que hacer, me siento realizada” (Santiago, mujer 26-40, trabajo informal).
- “No tengo la oportunidad que han tenido las chiquillas de estudiar, pero lo que me hace feliz es el “gracias mamita” cuando me hago joder trabajando para hacerles un cumpleaños a los niños o para llevarlos a alguna parte y que, después, ellos me

abracen y me dicen “gracias, mamita, es el mejor día de mi vida”; con eso, soy demasiado feliz.” (Antofagasta, mujer 26-40, trabajo informal).

Esto muestra una implicación mental completa a los roles de cuidado, donde casi no existe espacio para el crecimiento personal o para sueños individuales fuera del entorno familiar. En el caso de mujeres que tienen pequeños emprendimientos, estos conllevan un valor emocional importante en la realización económica y, sobre todo, para darse un espacio para ellas mismas. Les da la posibilidad de salir del rol de ser mamá. Lo mismo ocurre con el estudio, un deber que no pudieron cumplir a causa de su trabajo como cuidadora.

- Siento que toda mi vida transcurre en ser mamá, estar en la casa; tuve que dejar de trabajar por tener otro hijo. Tengo hijos muy grandes y tuve una guagua muy chica. Entonces, hacer estas cosas, sentir que estás haciendo algo para ti, de eso mismo, puedes ganar hasta unas lucas; eso me genera alegría, de poder hacer algo más que lavar un plato o cocinar o llevar al niño a la escuela y cumplir como mamá, como mujer y todo, como sentir que puedo hacer algo más, para mí” (Antofagasta, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “El año pasado entré a estudiar a la universidad. Tarde entré, estoy haciendo algo que tenía que hacer hace mucho tiempo y no lo hice, pero me siento bien, me siento feliz, he conocido mucha gente, he conocido personas que, puedo decir, son amigas, aunque ha sido poquito tiempo, pero es algo que me satisface, porque tenía que haberlo hecho, cuando correspondía, pero nunca es tarde. Es lo que más me hace feliz, en estos momentos, porque pude lograr, después de años, cumplir un sueño” (Antofagasta, mujeres, 26-40, trabajo informal).

En cuanto a las edades entre 18-25 años, los estudios son un factor relevante para la autorrealización, dado que lo identifican como una vía para una futura estabilidad laboral: poder tener un trabajo estable que les guste.

POLÍTICA Y LO POLÍTICO

Los discursos que dan cuenta de la desvinculación de las mujeres de los sectores analizados respecto de la política existen de forma transversal. Las razones de dicha desvinculación se pueden asociar a la desconfianza en los políticos, a la inutilidad de la actividad, pero, sobre todo, al conflicto vinculado a la discusión propia de la política:

- “Me carga hablar de política, siento que es algo que separa mucho a la gente... prefiero evitarla” (Santiago, mujeres 18-25 carreras profesionales).
- “Yo escucho la palabra política y, automáticamente, digo, no, no quiero nada con ustedes... La política, en Chile, es para los bolsillos de las personas que la ejercen” (Santiago, mujeres 26-40 trabajo formal).
- “Cuando escucho eso, como que me alejo. Es algo que siento que genera mucho conflicto, entonces prefiero evitarlo” (Mujeres C3-D 18-25 no profesionales, RM).
- “Mi mamá siempre decía: de política y de religión nunca se habla” (Antofagasta, mujer, mixto 18-25).

Esto se diferencia del discurso de los hombres detectado en los grupos mixtos, donde ellos se declaran distantes de la política, pero por otras razones, ligadas principalmente a la desconfianza, desilusión, a la corrupción y a la falta de credibilidad.

Sin embargo, a pesar de lo anterior, existe un reconocimiento o valoración la importancia de lo político:

- “La palabra política no me gusta; política partidaria, nada. Pero la otra política, la de barrio, donde se puede conversar de diferentes temas, de las necesidades de la gente, sí, me encanta [aunque acaba de afirmar la inexistencia de la vida de barrio]” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).
- “Todos hacemos política, porque... política parte por tomar una decisión ante algo... La política ligada

a los políticos, a lo público y a la tergiversación y la mala utilización de los fondos públicos, eso, obviamente, es lo fome y, particularmente, intento evitar... Sí me gusta hablar de política, porque, como soy técnico en párvulo, me lo mencionaron harto en el técnico, de que nosotros somos agentes de cambio y vamos a estar en la base de la niñez, entonces tenemos que tener políticas públicas” (Concepción, mujeres 18-25, carreras técnicas).

¿Qué indicadores de politización se desprenden de los focus group analizados en el presente informe? Al parecer, los posibles reservorios políticos están parapetados en cierta individualización apática, distante de los colectivos y altamente crítica del sistema político, así como de sus condiciones sociales de existencia.

El reconocimiento y valoración de la importancia política se da especialmente en el caso de mujeres jóvenes que se identifican con cercanía al mundo feminista. Es decir, en los grupos de mujeres donde hay más interés en política, también hay más mujeres que se declaran feministas. Esta parte de la investigación nos plantea, por tanto, una pregunta: ¿es el feminismo una ventana de oportunidad hacia la politización? Esta pregunta inspirada por la investigación de Luna Foliegatti da pie a futuras nuevas investigaciones con este foco.

- “Porque estamos dentro de una sociedad y, en el fondo, esto de querer cumplir con este deber, querer participar, querer ser parte de la sociedad, como ciudadano, pero, por otro lado, siento mucha impotencia, porque hay muchas veces que se intenta hacer un cambio, como a nivel masa y no se logra y, al final, hay tiranía dentro de la política de nuestro país y, en general, de Latinoamérica. No soy fanática, pero sí me gusta estar involucrada, tengo 19 años y soy pequeña, he estado en dos plebiscitos y ya, pero cuando voy a votar, voy como súper feliz” (Concepción, mujeres, 18-25 carreras profesionales).

Por último, es importante destacar que los hombres, en algunos casos, son una de las vías principales para informarse de la política para las mujeres. Esto da a

entender que en la actualidad la política sigue siendo una conversación predominantemente masculina, donde la mujer solo de a poco está ganando espacio en la discusión.

- “Mi papá, por lo menos, siempre ve un programa que se llama Sin Filtro, es de debate. No es que lo vea al lado de él, pero me entero de algunas cosas y entiendo por qué le gusta” (Concepción, mujeres, 18-25, carreras profesionales).
- Mi papá siempre estuvo muy educado, en ese sentido y él trató de educarme. Siento que falta mucho de eso, en personas jóvenes que, quizás, no saben cómo o no les da las ganas de ejercer su propia política o tener su propio criterio. Falta educación y motivación también” (Antofagasta, mujeres, 18-25, carreras técnicas).

FEMINISMO

En los grupos focales pudimos evidenciar lo planteado por Nancy Fraser respecto a la creación de dos movimientos, el feminista y el antifeminista, que se disputan los conceptos asociados a hombres y mujeres. En alguna medida pudimos encontrar testimonios de mujeres que sí se sienten identificadas como feministas, y otros de mujeres que, si bien no se consideraban feministas, sí tenían cercanía con el movimiento:

- “Yo estoy a favor, completamente, del feminismo... Son años de lucha y aún faltan muchas cosas por conseguir, así que, en verdad, hay distintos tipos de lucha y todos son válidos” (Santiago, mujer, mixto 18-25).
- “Siento que el movimiento feminista, lo que viene a mostrar, es que la mujer puede hacer lo que quiera” (Santiago, mujeres 18-25, profesional/estudiantes).
- “Lo asocio a los derechos que tenemos nosotras, como mujer” (Concepción, mujer, mixto 18-25).
- “Para mí, es una herramienta para sobrevivir a la sociedad que no está hecha para mí, por ser mujer.

Así que yo creo que es una llave que me puede abrir puertas. El movimiento es algo que me puede empoderar” (Antofagasta, mujeres 18-25, carreras profesionales).

Además, viven en primera persona y sienten fuertes emociones hacia algunas temáticas que aún conllevan desigualdad entre hombres y mujeres. Esto ocurre especialmente en los casos de la brecha salarial, el acoso, la ley “papitos corazón” o el reconocimiento del trabajo de cuidados. La rabia, la injusticia, la frustración o la sensación de desvalorización son los sentimientos que aparecen de forma reiterativa.

- “Yo siento que me da como rabia, en sí. Como que me dan ganas de hacer algo, para poder cambiar eso, porque, a veces, las mujeres tenemos más gastos, en muchas cosas. Por ejemplo, las mujeres que tienen que mantener una familia solas y cosas así, que les paguen menos, solo por ser mujer, en el mismo puesto que un hombre, siento que es muy injusto, porque el ser mujer u hombre sigue siendo humano. Entonces, que te paguen diferente por tu género...” (Santiago, mujeres, 18-25, carreras técnicas).
- “Nadie te agradece nada. A veces, ni hasta tu propia familia ni tus hijos.... no valoran eso” (Antofagasta, mujer, 26-40, trabajo informal).

Uno de los mayores hallazgos en la investigación es la aceptación generalizada del aborto, la cual no es solo hacia las tres causales, sino que abarca también el aborto libre. Esta aceptación se da incluso en mujeres que frecuentan lugares de encuentros religiosos. La narrativa para estar a favor se basa en dos discursos mayoritarios: i) el sufrimiento vivido por aquellos niños y niñas que nacen en familias que no los desean; ii) la libertad individual de la mujer de tomar sus propias decisiones y la ilegitimidad de la interferencia de un tercero en ella.

- “Es decisión de uno si tener una guagua; igual es una responsabilidad. Hay mucha gente que dice que

es una bendición, un regalo. No, no es un regalo, es una responsabilidad súper grande” (Santiago, mujer 18-26, carreras profesionales).

- “Estoy a favor del aborto libre, no solo en las tres causales. Mi principal razón es porque prefiero que un hijo sea querido, sea deseado y llegue a la vida, a una casa en donde lo van a querer y lo van a cuidar con todo. No digo que los no planeados no sean queridos, pero es mejor asegurarse, porque no siempre es así. La que quiera ser mamá, que lo sea, la que no quiera ser mamá, que no lo sea. Siento que estamos en nuestra posición de decidir, siempre y cuando sea en una fecha segura tanto para la gestante como para el feto. Al final, la gestante puede sufrir mucho si está pasada de cierta fecha. Estamos en nuestra posición de decidir” (Concepción, mujer 18-25, carreras técnicas).

Por otro lado, a pesar de que sí se aceptan y reconocen los logros del feminismo, hay una crítica hacia el movimiento feminista, principalmente por sus formas y su relación con el hombre:

- “Hoy en día, muchas se han tomado mucho a pecho esto de la mujer emprendedora, de la mujer empoderada y todo el asunto, y pasan a llevar al resto” (Santiago, mujer, mixto 26-40).
- “Están, a veces, mal enfocadas... quieren como igualar al hombre y, finalmente, no ven que la mujer fue hecha para hacer cosas que el hombre no puede hacer” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).
- “No me siento representada. Siento que el feminismo se ha tergiversado, donde se ocupa más como escudo, que, como un movimiento, como tal... Para cometer actos, como mencionaba Ailyn, como ir a marchar desnudas, pegarles a hombres, rebajar a los hombres. Siento que no son formas de buscar derechos y respeto” (Concepción, mujer, mixto 18-25, Biobío).

- “Es un tema complicado para mí. No estoy de acuerdo con algunas cosas. Yo he ido a protestas y no me gustan, encuentro que son muy violentas” (Concepción, Mujeres 26-40, trabajo formal).
- “Personalmente, encuentro que el feminismo se ha convertido en el hembrismo. Mi opinión, no sé si estaré errada, considero que el hembrismo es muy parecido al machismo y no damos la oportunidad al hombre para que esté a la par con nosotras. Como que llegamos al extremo del machismo, defendiéndolo como feminismo, pero, en realidad, el feminismo, lo que quiere decir es que es una igualdad. Pero nos pasamos al hembrismo, como empoderamiento, justificándolo como empoderamiento del feminismo. No sé si me explico” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo formal).

Al ser un movimiento social, el feminismo se define por su oposición y disputa ante un poder dominante; por lo tanto, el conflicto es parte constitutiva en su conformación y, por el momento, es condición para su existencia. En esta disputa, como consecuencia de sus luchas, se reconoce un mejoramiento en las condiciones de vida y en los niveles de integración de sus componentes a nivel genérico, es decir, del total de las mujeres, independientes si estas están de acuerdo o no, a nivel individual, con sus tácticas. Las tensiones que se derivan de sus acciones más o menos radicales son un desafío permanente, sobre todo en una sociedad como la chilena, altamente conservadora, machista y con una fuerte preferencia por el orden.



II.II ANÁLISIS DIGITAL, MUNDO CULTURAL Y DE CONSUMO

MUNDO CULTURAL

Unas de las primeras preguntas incorporadas en el cuestionario del focus group hace referencia a los gustos y pasatiempos de las personas estudiadas. Esto, con el objetivo de, por un lado, darle un inicio amigable a la conversación, y por otro, identificar los principales elementos culturales que marcan las narrativas de las mujeres para comparar si se condicen o no con las narrativas posteriormente mencionadas en el desarrollo del cuestionario.

En los hallazgos se dividen en cinco categorías:

a. Doramas, o k-dramas

Se mencionan en ambos grupos etarios, con énfasis en la Región Metropolitana. Aparece con fuerza en mujeres que se definen como alegres o resilientes. El dorama es un formato televisivo popular en Corea del Sur, exportado principalmente a otras latitudes a través de plataformas masivas como Netflix que, en su catálogo, tiene más de mil títulos provenientes de este país⁵.

“Cuando el dorama llega a Latinoamérica, es inmediatamente comparado con la telenovela, un género que podría considerarse el más representativo de la región” (Carballo, 2018, p. 2). En este tipo de productos se identifican arquetipos ya conocidos para el consumo cultural habitual de Latinoamérica, y también, en particular, Chile. Hay personajes masculinos con poco matiz de desarrollo, encasillados en el mujeriego, el “macho”, y el “andrógino”, según establece el mismo Carballo, mientras que los personajes femeninos se ven envueltos en diversas narrativas clásicas como: una mujer pobre que busca surgir, una mujer feliz

a la que le pasan muchas cosas malas, pero sigue manteniendo su espíritu, etc.

Estas narrativas están atravesadas por un “deber ser” marcado principalmente por los valores religiosos de la sociedad surcoreana y sus limitantes sociales.

b. Estudio Ghibli

Durante la fecha de realización del estudio, Estudio Ghibli había lanzado en diversas plataformas el tráiler para su nueva película *El niño y la garza*, con publicidad en diversas plataformas de redes sociales como Meta y YouTube. Esto puede impulsar la aparición de este tipo de contenidos, particularmente en la ciudad de Concepción, en ambos espectros etarios estudiados (aunque también aparece en la Región Metropolitana).

Estudio Ghibli, y en particular su director más relevante, Hayao Miyazaki, suele elaborar películas con mujeres protagonistas (*Spirited Away*, *My Neighbor Totoro*, *How's Moving Castle*). Las temáticas abordadas en sus historias suelen tener factores en común, como la naturaleza, la amistad y la familia como principio mandante, y también la lucha contra escenarios adversos. También cuenta con muchas apariciones de eventos bélicos que marcaron la historia japonesa (Le Blanc y Odell, 2023).

c. Documentales

Las menciones de documentales son esporádicas, pero transversales a todas las ciudades estudiadas, y en todas las edades. Destaca la mención a Stutz, una serie documental en la que el actor Jonah Hill entrevista a su psiquiatra, Phil Stutz, sobre sus metodologías de aproximación al paciente y el estilo terapéutico visual. En el grupo en el que aparece la mención al documental, también se destaca la salud mental como problemática.

El documental como tal hace referencia principalmente a productos que se pueden encontrar en plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime, y Disney+:

5. What We Watched: A Netflix Engagement Report - About Netflix

aquí destacan menciones a series documentales de National Geographic como Mi Tierra, de espacios de supervivencia extrema, y sobre crímenes.

d. Películas y sagas

Dentro de todos los productos mencionados, destacan sagas populares como *Los juegos del hambre* (que tuvo un estreno relevante de una secuela el año 2023), *Star Wars* y *Juego de tronos* (más allá de la serie homónima, se hace referencia a este producto desde los libros y sus dos series existentes).

- “Me gusta leer los libros y las películas de las sagas, me involucro, la verdad” (Concepción, mujeres 18-25, carrera profesional).

Las sagas son consumidas como un elemento integral. Las mujeres investigadas las mencionan de manera amplia, y al profundizar elaboran el espectro que contempla la saga (las películas, los libros, los juegos, etc.). Esto permite estudiar la fidelización y penetración que pueden tener las sagas en Chile.

e. Libros

Brian Weiss destaca como el autor más mencionado en los grupos focales, apareciendo tanto en grupos de 18 a 25, como en los de 26 a 40 años. Generalmente, sus libros se centran en la existencia de vidas pasadas, implican la necesidad de un propósito y están cruzadas por conceptos psicológicos, terapias regresivas y narrativas románticas clásicas.

En paralelo, se identifican libros como *Alas de sangre*, que han sido virales en plataformas como TikTok o Facebook en jóvenes de 18 a 25 años, particularmente en la Región Metropolitana. Otro título mencionado es *Uno siempre cambia el amor de su vida por otro amor o por otra vida*, de Amalia Andrade, cuya narrativa se centra en la reinención de su protagonista para rearmar su vida tras sufrir una pena de amor.

ESCUCHAS DIGITALES, MICRO Y MACRO

Para establecer criterios de escucha digital, se establecieron parámetros prioritarios de redes sociales según el orden en el que las mujeres mencionaron usarlas. A partir de estos datos, se desprende que la red social con más menciones en prioridad uno fue Instagram, seguido por TikTok y Facebook. En paralelo, estas tres redes concentran gran parte de las menciones en segunda y tercera prioridad, por sobre otras como WhatsApp, Twitter, YouTube y Pinterest.

Red Social	Mención 1	Mención 2	Mención 3	Mención 4	Mención 5
Instagram	23	15	4	0	0
Facebook	10	5	3	0	0
TikTok	16	11	3	0	0
WhatsApp	4	7	6	1	1
Twitter	1	1	3	2	1
Youtube	0	3	1	0	0
Pinterest	1	1	0	0	0
Tinder	1	0	0	0	0

Para estructurar una escucha digital, se determinó que la guía sería el uso que le dan las mujeres estudiadas a cada una de las redes. Se determinó que espacios privados de Facebook, como grupos, es donde principalmente interactúan, muchas veces por razones comerciales (“yo utilizo Facebook para comprar cosas, Marketplace, siempre, lo más barato posible, por favor”), es donde más declaran “publicar”, o “buscar publicaciones”, por sobre solo seguir personas.

- “En Facebook, me gusta seguir grupos de historias. Como viaje en Biotren acá, entonces, a veces se pierde la señal y puedo leer sin andar con el librito

en la mano y hay historias de relatos cortos, grupos feministas. Entonces veo qué es lo que pasa, publico cosas, o noticias que están cargadas, como más para información”. (Concepción, mujeres 26 - 40, trabajo formal).

En tanto, en redes como Instagram y TikTok, lo que más se destaca es que las mujeres las utilizan para “ver” publicaciones y “seguir cuentas”, ya sea temáticas (maquillaje, cocina, maternidad, vida al aire libre, etc.), o de influenciadores e influenciadoras. No aparece el concepto de “publicar” más que “seguir” o “ver”. En base a esto, la escucha digital en estas dos cuentas se centró en los influenciadores e influenciadoras presentes en la plataforma, además de páginas mencionadas explícitamente por las mujeres consultadas. El objetivo de esta escucha es determinar la narrativa planteada por la cuenta y revisar su concordancia (o falta de concordancia) con la identificada en grupos focales.

- “En Instagram sigo a todas las personas que me gustan y algunos emprendimientos” (Santiago, mujeres 26-40, trabajo informal).

GRUPOS DE FACEBOOK

Se utilizan elementos de identificación, problemáticas, y referentes para identificar los grupos objetivo de Facebook. De esta forma, se establecen parámetros de selección de grupos enfocados en: cantidad de miembros del grupo (idealmente, sumando entre los grupos objetivo, al menos 10 mil personas, que suele ser la media de grupos exitosos y permanentemente actualizados en la plataforma). Se buscan espacios con activación diaria, ya sea con publicaciones o comentarios, que sean administrados por un usuario personal (no empresa o marca), cuyos miembros sean principalmente mujeres, habiten en Chile o sean chilenas, y con temáticas relevantes para el estudio, desprendidas de los focus group.

La principal característica de esta etapa de la investigación, fue que existen grupos

sobrerrepresentados, como el de mujeres embarazadas, y otros en los que no se pudo llegar a grupos muy masivos, o que apuntaran directamente a un público chileno, como grupos de mandalas, o doramas; o, en el caso de grupos privados de fanáticas de Karol G, no se encontraron mensajes asociados al self, us, now, sino más bien intercambio de entradas a su concierto, considerando que la venta de las mismas se realizó durante el periodo de estudio.

a. Mamás y embarazadas

Mamás y embarazadas	5,6 mil miembros
Embarazadas y mamás todo Chile - Fin al alza isapre	125 miembros
PostnatalDeEmergencia	22,6 mil miembros

QUÉ:

- La salud mental como temática toma mucha relevancia, sobre todo en el grupo “PostnatalDeEmergencia”, que pide datos de psiquiatras, consulta sobre síntomas de depresión post parto, casos de acoso laboral, y mujeres que optan por renunciar, incluso con fuero maternal, por malos tratos en los espacios de trabajo.
- Muchas mujeres consideran el tiempo total de postnatal como insuficiente y consiguen licencias médicas, en ocasiones, dispuestas a comprar. Se identifica ansiedad y desesperación al ver sus licencias médicas rechazadas.
- La política pública de Chile Crece Contigo aparece con buena evaluación en la mayoría de los

comentarios, que incluso refieren a la atención en el Cesfam como solución que entrega seguridad a problemas puntuales de las mujeres: “Si se atiende en el Cesfam, ahí mismo lo derivan a todo, no te preocupes que va a estar bien ahí”.

- Se evidencian problemas en la aplicación de la Ley Sala Cuna. En muchos casos denuncian que empresas despiden a otras colegas mujeres para no tener la cuota necesaria de mujeres para que la empresa provea de una sala cuna.
- Las publicaciones anónimas permiten profundizar en sentimientos de humillación o experiencias negativas de una manera que se diferencia a lo encontrado en los grupos focales.

SELF

La mayoría de las mujeres se refieren a ellas mismas a través de la definición inicial de ser mamá, con algún “apellido” (mamá de dos, mamá primeriza, mamá esperando, etc.). Se identifica, además, que en las conversaciones aparece el rol de unión de la mujer, sobre todo en su posición dentro de la familia. Suelen poner excusas cuando anteponen su bienestar o gustos al de sus hijos.

Finalmente, se identifican algunas situaciones de riesgo, partiendo por la presión a reiniciar la sexualidad cuando son mamás. Muchas se obligan a sí mismas a hacerlo, porque reconocen la necesidad de la pareja por sobre la de ellas.

- “Hola mamitas, necesito descargarme. Soy mamá primeriza de un bebé de 6 meses” (PostnatalDeEmergencia, publicación anónima).
- “Hola mamitas necesito ayuda. Me fumé un cigarro con mi pareja anoche un par de horas antes de amamantar porque lo que pasa es que tuve una semana muy difícil y sentía que necesitaba descargarme sino no sé, no podría con la semana.

Sé que está mal, pero qué tan grave es para la guaguita?” (Mamás y embarazadas, Ángela 30-40 años).

- “Hola mamitas bueno me da un poco de vergüenza contarles pero tuve a mi bebé que ya tiene 5 meses y no he podido recuperar la libido del todo fuera que me siento poco linda etc, y me pasa que cuando tenemos relaciones me canso al tiro, de una, prácticamente me siento fuera de training y con suerte me muevo un rato 😊😌 y ya me canso y me siento re tiesa y evito tener relaciones por lo mismo, tenemos casi todos los días eso sí, pero me siento muy fome 😞😞” (Mamás y embarazadas, publicación anónima).
- “Las relaciones son así de complejas, recuerda que no es fácil formar una familia y es mucho más difícil el mantenerla unida. Lo mejor es siempre conversar cuando estén tranquilos. Nunca conversen enojados, aguantense la rabia y esperen hasta el momento donde estén relajados y antes de hablar pongan como regla el decirse las cosas con respeto y sin gritos. No pienses nunca que la salida a tus problemas de pareja será el terminar una relación, eso es una escapatoria a las responsabilidades de aprender a conformar una familia y a educarse en los valores que quieren mostrarles a tus hijos”. (Mamás y embarazadas, Fernanda, 21 años).

US

Al hablar de valores, mencionan constantemente la dignidad, empatía y la amabilidad (“busco una ginecóloga buena, que sea empática porque vengo saliendo de una mala experiencia”). Se identifica a un “otro” como quien no cumple estos valores, o en ocasiones pasa a llevar la dignidad de quien habla; en la mayoría de los casos, este “otro” es la pareja.

- “¿Cómo tomaron la decisión de separarse? Yo siento que lo mío es como una montaña rusa todo el tiempo, a veces perfecto y luego una temporada

de choques con él, no sé si darle más tiempo, tengo mucho miedo, pena por mis hijos y por mí, nos queremos mucho pero de un tiempo a esta parte ya no es lo mismo, me siento humillada por él 😞. Tengo un niño de 9 y otro de recién 2 meses, cuando supe que estaba embarazada pensaba que todo iba a mejorar pero definitivamente no mucho, ¿cómo fueron capaces de agarrar sus maletas e irse? Me siento tan cobarde se me parte el alma 😞 😞 ” (Mamás y embarazadas, publicación anónima).

- “En el único lugar donde me tratan con dignidad y amabilidad es en el Cesfam, y sé que es sólo porque estoy embarazada, pero me gustaría mejor irme a vivir allá” (Mamás y embarazadas, publicación anónima).
- “Estoy buscando una matrona que me trate con amabilidad, no como la que tenía que me juzgaba por todo” (PostnatalDeEmergencia, publicación anónima).
- “Siempre me quedo sólo en lugares donde hago falta, me gusta rodearme de gente positiva, la verdad” (Mamás y embarazadas, Antonia 30-40 años).

NOW

El *now* de las mujeres que se identifican como madres en estos espacios tiene tres principales aristas: políticas públicas, la realización personal y frustraciones actuales. Se identifica una base positiva respecto de políticas públicas que impactan en sus vidas como gestantes o madres de niños pequeños, pero también existen espacios de frustración. En cuanto a la realización personal, la abordan desde el retorno a sus espacios de trabajo después de ser madres, y desde la posibilidad de establecer relaciones sanas con sus familias y parejas.

- “Tengo 6 meses y medio de embarazo y quisiera tener parto respetado en el hospital encuentro que es bueno que tengamos esa dignidad” (Mamás y embarazadas, publicación anónima).

- Con esto quiero destacar lo importante que es la detección a tiempo, la mayoría de los bebés se entera recién al tercer mes con la radiografía de caderas de que tienen displasia, pero uno puede exigir la ecografía de caderas al mes!! No se pierde nada con tener el examen y descartar a tiempo! (Mamás y embarazadas, María José, 23 años).

- Hola mamitas, consulta soy consalud tire licencia psiquiatra y me la redujeron a 3 días, fui a peritaje y quedó igual. Tiraré otra igualmente. Pero es necesario volver a asistir al peritaje de nuevo si tiro otra licencia? Que pasa si no acudo?.

No debería ser así esto de las licencias un abrazo mamita.

(PostNatalDeEmergencia, publicación y respuesta anónima).

- “Encuentro insólito que quieran que dejemos a los bebés de dos meses y medio solos en una salacuna 🙄” (En referencia a su lugar de trabajo) (PostNatalDeEmergencia, publicación anónima).

- “Confía en ellos, si son de Chile Crece Contigo sólo van a ayudar ese programa le salvó la vida a mi guaguita” (Mamás y embarazadas, publicación anónima).

b. Emprendedoras

Emprendedoras en Chile	3,7 mil
Emprendedores Chile	113,3 mil
Mujeres emprendedoras	1,9 mil

QUÉ:

- Se encuentra una alta dificultad de postulación a fondos, subsidios y préstamos; esto, tanto en lo técnico (no entienden las plataformas de Sence, Ministerio de Economía, o Banco Estado), como en los requisitos para acceder a los beneficios (afirman postular y no obtenerlos).
- El desempleo aparece como problema directo o indirecto (“estoy sin pega”, “mi pareja está sin pega”). En todos los casos, aparece en publicaciones anónimas. De ello se desprende que se trata de una problemática de la que no se habla abiertamente entre mujeres, lo cual explicaría su baja aparición en redes sociales y la alta densidad de apariciones en escuchas de grupos de emprendedoras.

SELF

La autodefinición de mujeres emprendedoras, en estos espacios, está un poco más relegada que en el caso de estudio de mujeres embarazadas y madres. Esto se debe principalmente a que el grupo más prolífico y masivo (Emprendedores Chile) también tiene usuarios hombres que interactúan y publican, aunque en menor cantidad que las mujeres. En los grupos en los que solo hay mujeres, estas se muestran más abiertas a hablar de las frustraciones asociadas al equilibrio, o falta de equilibrio, entre el tener un emprendimiento y llevar una vida familiar armoniosa. Las historias de superación y esfuerzo en mujeres aparecen transversalmente en todo tipo de espacios, ya sea mixto o no.

- “A la vida hay que ponerle el hombro no más. Es difícil pero te lo digo, yo partí con nada, nadie me regaló nada, y aquí estoy dos años después contratando a mi primera trabajadora” (Emprendedoras en Chile, Alexandra, 29 años).
- “Yo nunca me rindo, pero es tan difícil, no me quiero convertir en una persona amargada por todas las

dificultades” (Emprendedoras en Chile, publicación anónima).

- “A mí tampoco nadie me ha regalado nada, pero se puede salir adelante” (Emprendedores Chile, Sonia, 40 años).

US

Se identifica que las mujeres son las principales impulsoras de los emprendimientos, y particularmente de la comunidad y red de apoyo en redes sociales. Son las que más interactúan, las que entregan respuesta a dudas sobre trámites, elementos legales necesarios para formar empresas, y quienes envían actualizaciones, noticias, y datos relevantes. En el *us* se encuentra que el reconocimiento autodefinido en el *self* se extrapola; es decir, se asume que el resto de las mujeres en espacios de emprendimiento enfrentan luchas similares. En ocasiones también aparece el “otro” como una influencia negativa (y, por lo general, este “otro” es un hombre).

- “Las mujeres somos las que levantamos las pymes al final chiquillas” (Emprendedoras en Chile, publicación anónima).
- “Si al final te está frenando en tus sueños (tu pareja), no es bueno para ti, porque lo que estás haciendo es importante para tu familia, estás sacándola adelante mientras él se lamenta de no tener pega” (Emprendedoras Chile, publicación anónima).
- “Al final hay que empujar no más para que pase algo, y ser bien hinchapelotas” (Emprendedoras Chile, Helena, 30-40 años).

NOW

El desempleo y la posibilidad de romper con una “mala racha” marca el *now* de las mujeres emprendedoras. Su foco es lograr una estabilidad relativa en sus emprendimientos, o que el miembro de la familia que quedó sin trabajo y que impulsó la creación de un

emprendimiento vuelva a encontrar trabajo. Estos son los deseos de futuro predominantes.

- “A mi marido lo despidieron la semana pasada (era la principal fuente de ingresos de la casa) y le pagaran un finiquito aprox de 4 millones, entonces queremos invertir 2 millones y hacer un negocio que sea compatible para que el pueda estar en la casa con nosotras. Tenemos 2 hijas pequeñas (2 años y una recién nacida) entonces yo no puedo salir a trabajar, pero sí me gustaría hacer algo desde casa, yo soy estilista y mi rubro ya me aburre, deje de trabajar cuando nació mi primera hija pq las lucas eran pocas para tanto trabajo” (Emprendedores Chile, publicación anónima).
- “Me siento tan realizada porque el emprendimiento lo pude sacar sola, entonces cuando mi marido vuelva a trabajar al fin vamos a tener dos ingresos”. (Emprendedoras Chile, publicación anónima).
- “Ya en dos meses más si sigo así voy a terminar de recuperar toda la inversión y ganar platita, estoy tan aliviada”. (Emprendedores de Chile, Catalina, 26 años).

c. Scouts

En la etapa de autodefinición, algunas mujeres incluso del bloque etario de 26 a 40 años se definieron a sí mismas como “scouts”, incluso si luego afirman no participar activamente de la comunidad. Esta autodefinición genera la necesidad de profundizar en las narrativas presentes en la comunidad de Boy Scouts de Chile.

Comunidad Guías y Scouts	17,3 mil
Scouts de Chile	485
Agrupación Nacional de Boy Scouts de Chile	3,7 mil

ME

Las autodefiniciones encontradas en este segmento apuntan a lo que describen como “valores de un scout”, como la resiliencia, la alegría y el compañerismo.

- “El buen humor, te dará buena energía y tendrás la habilidad para provocar sonrisas con facilidad. Además tendrás: vivacidad, espíritu alegre, entusiasmo y genio. El humor te ayudará a hacer más llevaderos los momentos más difíciles de tu vida.” (Comunidad Guías y Scouts, Luciana, 27 años).
- “La función del líder es producir más líderes, no más seguidores. Que tu trabajo inspire y cultive el liderazgo en cada joven scout.” (Scouts de Chile, publicación anónima).
- “Mi mamá me dijo que hiciera lo que me haga más feliz y me hice scout!” (Comunidad Guías y Scouts, Paula, 34 años).
- “La verdadera recompensa del escultismo no está en la cima de la montaña, sino en las sonrisas compartidas en el ascenso.

US

El *us* encontrado en los grupos scouts remonta a citas de su fundador Baden Powell y “Lady Olave”, su esposa. Muchos scouts en estos espacios digitales los reconocen como los mandantes de los valores necesarios para ser scouts; se remontan constantemente a la llamada “Ley Scout”⁶:

1. El Scout es digno de confianza.
2. El Scout es leal
3. El Scout sirve sin esperar recompensa.
4. El Scout comparte con todos.
5. El Scout es alegre y cordial.
6. El Scout protege la vida y la naturaleza.
7. El Scout es responsable y no hace nada a medias.

6. Biblioteca Scouts - Asociación de Guías y Scouts de Chile (guiasyscoutsdechile.org)

8. El Scout es optimista.
9. El Scout cuida las cosas y valora el trabajo.
10. El Scout es coherente en pensamiento, palabra y acción.

En este espacio se encuentran publicaciones de noticias que resaltan la solidaridad del contexto nacional, que luego son comentadas por personas miembros del grupo.

- El trabajo en equipo es la clave del éxito scout. Cuando los scouts colaboran, se apoyan y se respetan entre sí, logran superar cualquier desafío que se les presente. (Comunidad Guías y Scouts, Amanda, 20-30 años).
- Baden Powell, en Escultismo para Muchachos, nos expresa: “Cuando recibe una orden debe ejecutarla con alegría y prontitud, nunca con desgano. El Scout nunca murmura en sus dificultades ni echa la culpa a los demás, ni refunfuña, si no que silba y sonrío.” (Comunidad Guías y Scouts, Camila, 37 años).
- Ante noticia de boy scouts que se emborrachan y generan desmanes en campamento: “Esto no es espíritu de scout, por eso está mal la sociedad.” (Comunidad Guías y Scouts, Camila, 30-40 años).

NOW

Se identifica una preocupación por el abandono de la sociedad actual a la naturaleza, o al deseo de protegerla. Conectan con la necesidad de cuidado del medioambiente, y celebraron particularmente el espíritu de los Juegos Panamericanos por su carácter de unión. Destacaron, en ocasiones, publicaciones que hacen alusión a lo rápido que los trabajadores montaron el evento, y aparece adjunta la noticia del discurso del presidente Gabriel Boric a la organización⁷.

- “Así como vamos, mis hijos no tendrán la posibilidad de conocer este hermoso valle porque va a tener un edificio encima” (Agrupación Nacional de Boy Scouts de Chile, Karina, 30-40 años).

- “Sí, es verdad sin ellos no se habría logrado porque deben haber trabajado día y noche que bueno que los feliciten” (Agrupación Nacional de Boy Scouts de Chile, Alejandra, 34 años).

REFERENTES

Para estudiar los referentes, se revisaron los perfiles de las personas mencionadas en Instagram y TikTok, considerando lo observado en los grupos focales en los que se identifica el uso de estas plataformas como espacios de consumo, y no necesariamente de producción de contenido. Acorde con los parámetros establecidos en la primera parte de esta investigación, el análisis de referentes se hizo de acuerdo con estos principios:

a. Referentes de “solidaridad”

En este caso, tanto Felipe Camiroaga como las cuentas institucionales de la Teletón no fueron incluidos en la escucha micro. Las redes de Felipe Camiroaga se centran en espacios creados por terceros, y no propios, lo cual dificulta el hallazgo y comparación de la narrativa respecto de los otros ejemplos. Consideramos que el análisis de cuentas institucionales es materia de una próxima investigación.

- Pablo Chill-e

Su principal plataforma de uso es Instagram. Tiene altos niveles de interacción y fidelización con sus seguidores; se observa que suele compartir publicaciones de fanáticos que usan su música, y además suele dar espacio a publicaciones en ayuda a organizaciones de perros callejeros, ollas comunes, bingos, etc. Sus mensajes son acotados, y son pocas las veces que acompaña alguna publicación con palabras; la mayoría hacen referencia al *self* y al *us*.

SELF

- “Por mi maire yo lo he lograo” [sic] (Instagram, 27 de septiembre).

7. Pdte. Boric se saca el sombrero por organización de Santiago 2023: “Están haciendo una tremenda pega, estamos orgullosos” (cnchile.com)

- “Ustedes están pegados pero yo ya soy leyenda!” (Instagram, 30 de octubre).

US

- Nosotros somos de la población, no somos envasados como los otros perkines. (Instagram efímero, septiembre 2023).

b. Referentes de recorrido de lucha

- Naya Fácil

Nayadeth Neculhueque, apodada en redes sociales como Naya Fácil, es un caso de estudio relevante para esta investigación, pues combina conocimiento del algoritmo, interacción, y posicionamiento de mensajes, particularmente de historia de vida, en sus plataformas. Sus redes más usadas son Instagram y TikTok. El caso de Instagram genera un objeto de estudio separado: Naya sostiene actualmente cerca de cuatro cuentas constantemente activas, en las que va alternando contenido para evitar baneos por excesiva actividad. Suele subir al menos 20 contenidos diarios en formato efímero (varios de estos contenidos se traspasan a TikTok), y sostiene un núcleo de seguidores estable en todas las cuentas.

Muchas personas han averiguado dónde vive y la han ido a despertar a altas horas de la noche para pedirle fotografías, a lo cual ella suele acceder. Además de que, al publicar lo que está haciendo en cada momento de su vida, junto con dónde está, suelen ir a buscarla a los lugares en los que comparte contenido; ella interactúa con las personas que se le acercan.

Gran parte de su contenido se enfoca en cómo surgió de situaciones de vida precarias tanto social como económicamente. En paralelo, pone foco en sus hábitos, afirmando que es una persona que ha dejado el beber en exceso como hábito, o el consumo de drogas.

La mayoría de los contenidos rescatados en este estudio son publicaciones de carácter efímero en el periodo estudiado.

SELF

- “La gente es tan bacán conmigo, yo siempre digo, ¿qué hice? ¿Qué hice bien? Porque mal si sé (ríe)” (Instagram, septiembre 2023).
- “Todo lo he logrado sola” (Instagram, septiembre 2023).
- “Todos quieren plata. Otros quieren fama. Pero yo quiero calma, y no dañar mi alma, nunca olvidarme de lo real, siempre vivir mi momento feliz” (Instagram, octubre 2023).
- “Soy la más feliz” (Instagram, octubre 2023).

US

- “Yo jamás me había levantado el día después de un cumpleaños sin caña (...) ahora soy una persona hecha y derecha” (Instagram, diciembre 2023).
- “Yo creo chiquillas que muchas nos llamamos lo mucho que han abusado de nosotras en la vida. Y al final es para bienestar de una, que una se calla.” (Instagram, octubre 2023).

NOW

- “En 11 meses he tenido mi casa propia y ahora mi departamento” (TikTok, octubre 2023).
- “Hay crisis de seguridad y Carabineros, frenando a alguien porque tengo un auto rosado. Onda deberían hacer una ley para que se dediquen realmente a la delincuencia, porque aquí hay 4 solo porque mi auto es rosado” (Instagram, noviembre 2023).

QUÉ

El volumen de publicaciones de Naya Fácil permite identificar otros elementos presentes en su narrativa, como el *qué*, la percepción sobre el feminismo, el

aborto y otras políticas públicas. Una de sus temáticas principales es la salud mental; afirma que es su principal foco durante el periodo de tiempo del estudio, con directa referencia a la ansiedad, la depresión, y los síntomas asociados en personas que sufrieron abandono en sus infancias.

En paralelo, menciona situaciones de abuso en su infancia, con un posible desliz a su postura sobre el aborto:

- “Yo jamás le haría algo así a un hijo (sobre su madre), creo que si vas a tener hijos para abandonarlos, para qué” (Instagram, octubre 2023).

Naya Fácil contrapone el feminismo a la relación directa entre mujeres:

- “Ay cabras si al final todas dicen que son feministas pero son las primeras en pelearse con las amigas” (Instagram, octubre 2023).
- Nicole Moreno

Nicole Moreno, más conocida como Luli, utiliza como plataforma principal Instagram, donde mantiene dos cuentas activas: una de ellas personal y la otra dedicada a su empresa fitness. Ambas cuentas tienen contenidos en común, duplicado, o similar, destacando principalmente frases motivacionales en torno a la vida sana, el ejercicio y la alimentación saludable.

Durante el periodo que contempló el desarrollo de los Juegos Panamericanos Santiago 2023, Moreno compartió mucho contenido destacando a diferentes deportistas y disciplinas sin un mensaje anexo, por lo que no se incluyó en el análisis del *self, us, now*, pero sí se destaca por su amplificación constante de la cobertura digital.

SELF

- “Sé fiel a lo que existe dentro de ti” ♡ (Instagram, octubre 2023).

US

- “La belleza comienza en el momento que decides ser tú misma” ♡ (Instagram, octubre 2023).
- “La fuerza no viene de una capacidad física. Viene de una voluntad indomable 🐍” (Instagram, octubre 2023).
- “Siempre confía en tus colores y hazlos brillar ✨” (Instagram, noviembre 2023).
- “Ley del espejo: lo que vemos en otras personas es algo que habita en nuestro interior, lo negativo que observas en otra persona es un reflejo que vive en ti ✨” (Instagram, noviembre 2023).

NOW

- “Los resultados no son cuestión de horas, ni solo intenciones, son lo que haces. No es lo que sueñas, es cómo actúas. No es lo que hablas, es lo que aplicas. No es la hora de tu despertador, es lo que haces cuando te levantas” (Instagram, octubre 2023).
- “Yo siempre voy a votar, eso sí” (Instagram, noviembre 2023).

c. Referentes de maternidad

- Constanza Silva

La primera definición de Constanza Silva en sus redes es “19 y Mamá de Erkan”. La influencer se dedica a hacer videos que retratan su vida junto a su hijo de cuatro años. En el video de presentación que mantiene fijo en su biografía de TikTok, se define como “chilena”, “estudiante”, y madre de un “hermoso hijo”.

La mayoría de sus publicaciones hacen referencia al esfuerzo que se debe hacer para poder ser madre, constantemente mencionando su red de apoyo familiar, y el hecho de que llevar a término su embarazo fue su

decisión (sin aclarar si está de acuerdo o no con políticas de aborto).

En el caso del *us*, este se encuentra principalmente en los comentarios de personas que se identifican con su caso.

SELF

- “Soy chilena, tengo 18 años y un hermoso hijo de 3 años que se llama Erkan. Soy estudiante en primer año de diseño de ambientes. A los 14 años quedé embarazada. Estaba apenas comenzando la media. Tenía muchas dudas. ¿Iba a poder terminar el colegio? ¿Qué iba a hacer con mi vida después? Me esforcé desde el primer momento para poder darle la mejor vida y la mejor crianza a mi hijo. Decidí que en vez de deprimirme iba a luchar cada día por mí y por él. Y en busca de oportunidades comencé a crear contenido” (TikTok, publicación fijada).
- “Nace mi hermoso hijo el 7 de febrero de 2020. Y a los 20 días de nacido comienza la pandemia en Chile. Todos encerrados, con miedo, ningún niño va al colegio y yo tampoco. Pero a diferencia de ellos, yo estaba aprendiendo a conocer a mi hijo. Y así pasan un año, dos años. Y terminó primero y segundo medio como todos los otros niños en clases en línea. Y luego tengo que volver a la realidad. Los colegios empiezan a volver presencial y yo tengo un niño de dos años que cuidar. Así que encontré, y decidí entrar a un 2x1 que tenía la opción de clases en línea. Y por fin el 20 de diciembre de 2021 logré terminar el colegio. Y con muy buenas notas. Marzo de 2023 logré entrar a la universidad”. (TikTok, publicación fijada).
- “Yo no soy irresponsable, los métodos anticonceptivos fallan” (TikTok, noviembre 2023).

US

- “Mi familia ha sido un apoyo fundamental desde el primer día. Tuve mucha suerte en poder contar con

todo su apoyo” (TikTok, publicación fijada).

- “Siento que como mamás siempre intentamos hacer lo mejor posible, así como tú” (TikTok, comentario en publicación octubre 2023).
- “Al final a ninguna de nosotras nos regalaron nada Cony, no pesques a la gente que dice que eres mantenida, sabemos que no es así porque eres esforzada” (TikTok, comentario en publicación noviembre 2023).

NOW

- “Recordarles que no estoy incitando a que nadie sea mamá tan joven como yo lo fui. Estoy de acuerdo con que cada cosa a su tiempo. Pero por muchos factores las cosas se dieron así en mi vida y la verdad es que no puedo ser más feliz” (TikTok, publicación fijada).
- “Los métodos anticonceptivos pueden fallar, ojalá no fuera así” (TikTok, octubre 2023)
- María Luisa Godoy

María Luisa Godoy desenvuelve sus redes en tres principales áreas; primero, a través de la creación de su marca, con especialización en música y cultura popular latinoamericana, posicionándose como una voz autorizada en la temática. En segunda instancia, como madre; y, finalmente, como divulgadora. Su red de preferencia, y donde se muestra más espontánea, es Instagram. Una de las secciones en las que deja entrever de manera más explícita su opinión, curiosamente, viene de mano de sus hijos a través de las lecturas semanales que sube: “Domingo de cuentos”. Los libros que selecciona para esta sección marcan su definición de valores. Como elemento llamativo de este producto, resalta la intención disciplinada detrás de la grabación de contenidos con sus hijos; se le suele mostrar en espacios ordenados, y con enfoque de felicidad, prioridad en la educación, y con puestas en escena preparadas.

Por lo general, destaca en sus redes sociales relatos provenientes de su trabajo en el matinal, sobre todo cuando contienen historias de superación, esfuerzo y valentía, como fue el caso de varios deportistas de los Juegos Panamericanos.

SELF

- “Animadora @buenosdiasatodoscl @elfestivaldevina @tvn 📺 #Periodista ❤️ | #SiempreMamá” (Instagram, descripción).
- “Yo soy mamá, siempre eso primero” (Instagram, octubre 2023).

US

- “Hoy leeremos “Mi Casa Especial” ❤️ Que nos enseña la importancia de la empatía qué hay que tener con las personas que vienen de otros lugares u otros países. Porque cuando un extranjero llega a nuestro país o nosotros nos vamos a vivir a otros países es porque necesitan estar en lugar mejor por diferentes razones” (Instagram, octubre 2023).
- Hoy leeremos “Beso Beso” ❤️ Que nos enseña la importancia de entregar cariño a los seres que amas, sobre todo a las mamás (Instagram, noviembre 2023).
- Y esta vez escogimos leer “El Rey Con Orejas De Caballo” que nos enseña la importancia de nunca dejar de recalcar que nuestras diferencias no son un problema”. (Instagram, noviembre 2023).
- Otrodeloscampeoneschilenosenlospanamericanos! Recibimos al tremendo @santiago__ford y su mujer Cinthya con su hermosa historia de esfuerzo y sacrificio. (Instagram, noviembre 2023).

NOW

- “Lo importante siempre es la información, por eso hablaremos de la contingencia, pero pensando en

eso, en que puedan tener la información, es lo que más importa” (Instagram, octubre 2023).

- “Todos los niños deben ser amados” [A propósito de su hijo con Síndrome de Down] (Instagram, octubre 2023).
- Alison Mandel

El caso de Alison Mandel se contrapone en muchos niveles a lo identificado en María Luisa Godoy; suele mostrar “el lado más real” de ser madre (comentario en Instagram, octubre 2023), definiéndose como mamá primeriza, con poca experiencia en crianza, y que constantemente comete errores. Sus tasas de interacción son mucho más altas que las de María Luisa (más allá de las cifras de alcance), y gran parte de su contenido se centra en su podcast “Primerizas”, junto a Chiqui Aguayo. En varios de estos clips apunta al cansancio como eje de ser madre, por lo que llama la atención que el descanso, como acto de salud mental, sea una temática que abunda en sus redes.

SELF

- “Tú sabes que soy un poco mamá desastre po” (Primerizas, podcast, octubre 2023).
- “Es Septiembre 😊 😊 eso me hace feliz”. (Instagram, septiembre 2023).
- “Dicen que hay dos tipos de mamás “A la que ya se le cayó el bebe y a la que se le caerá...” soy ambas” (TikTok, octubre 2023).

US

- “Nosotras las mujeres sabemos que la salud es lo más importante, por eso invitamos a que nos cuidemos del cáncer de mama” (Instagram, octubre 2023).

- “Me identificas tanto Alison, yo igual soy un desastre, pero con amor” (Comentario en Tiktok, octubre 2023).

NOW

- “Que tengan un fin de semana con un excelente dormir 😴 una ya no pide más” (Instagram, noviembre 2023).

d. Mujeres que han abierto caminos

En este caso, se realizó una escucha únicamente a Michelle Bachelet e Isabel Allende. Si bien se destaca la necesidad de una siguiente investigación que permita profundizar en la escucha algorítmica de la conversación en torno a las personalidades destacadas, por el momento se centra en las cuentas institucionales de Horizonte Ciudadano, canal oficial de transmisión de mensajes en la plataforma de Instagram de Michelle Bachelet, y en la cuenta personal de Isabel Allende en la misma red.

- Michelle Bachelet

Uno de los rasgos que llaman la atención en las acciones comunicacionales digitales de Michelle Bachelet es que mayoritariamente se la muestra en conversación, en reunión, o directamente en contacto con una contraparte. En los últimos meses, a través de Horizonte Ciudadano, ha recibido varias entrevistas realizadas por estudiantes, o por parte de iniciativas de la sociedad civil enfocada e incluso dirigida por jóvenes. A través de estas instancias ha hablado principalmente sobre medio ambiente, democracia y derechos de las mujeres.

En el periodo estudiado, la ex mandataria entregó su apoyo a la opción “En Contra” en el plebiscito, lo cual, si bien no se reflejó de manera activa en estas redes sociales estudiadas, sí tuvo un impacto en los comentarios que llegaron a la cuenta. En ellos se encontraban conceptos como “usted habla con la verdad”, “ha sido la única que se ha interesado por los derechos de las mujeres en serio”.

SELF

- “Yo estoy orgullosa de ser mujer. Soy madre, soy abuela, pero sobre todo, soy una mujer que ha intentado vivir siempre de acuerdo a sus convicciones, a sus valores y principios, y tratar de que esto se transforme en políticas públicas para que beneficien a las personas.” (Instagram, octubre 2023).
- “Trataré hasta que me muera de estar apoyando a las causas justas”. (Instagram, octubre 2023).

US

- “Me siento joven, y juventud es que a uno le importen las cosas. El antónimo de amor, no es odio, sino que la indiferencia” (Instagram, noviembre 2023).
- “Tenemos que trabajar por los jóvenes para que se motiven en el futuro a trabajar por sus sueños” (Instagram, noviembre 2023).

NOW

- “Una de las peores enfermedades que puede tener una sociedad es la desigualdad, la discriminación, la marginación. (...) En esta sociedad hemos tendido a esconder estas situaciones, a no verlas” (Instagram, noviembre 2023).
- “Si yo tuviera que darle un mensaje a los jóvenes, sería que no pierdan sus convicciones, no pierdan sus sueños, sus anhelos e ideales” (Instagram, noviembre 2023).
- Isabel Allende

Cabe destacar que meses antes de la aplicación del grupo focal, se lanzó la miniserie Isabel en Amazon Prime, lo que pudo haber impulsado el alto volumen de mención de la escritora, a quien destacaron tanto por ser una mujer pionera en la literatura, como por tener

una historia de vida difícil, marcada por la pérdida de una hija y por la vida en exilio.

A través del trabajo de su fundación, que suele visibilizar en sus redes sociales, habla sobre temáticas de migración y educación, sobre todo en niñas.

SELF

- “Tengo 80 años de joven y mantengo una vida simple” (Instagram, octubre 2023).

US

- “Cada chica es una historia para contar, un tapiz de sueños hilado con hilos de resiliencia, gracia e inteligencia. Nunca subestimen a una niña con un libro en una mano, y esperanza en la otra, porque tiene la pasión para enderezar el mundo y el corazón para inventar el futuro. En sus sueños, en su risa, en su voz valiente, están las semillas de la revolución que viene en camino. Apoyen a esa niña, déjenla crecer en libertad, porque ella es la promesa de un planeta más justo y amable” (Instagram, octubre 2023).

NOW

- El equipo de mi fundación está en Kenia visitando esta hermosa escuela para niñas @darjaacademy. ¡Sarah les llevó algunas bolsas de lápices de #blue_q y Lori les dio una beca! (Instagram, octubre 2023).
- Tenemos que enseñarle a los jóvenes lectores a defenderse a sí mismos (ideales). (Instagram, noviembre 2023).

e. Referentes políticos

- Evelyn Matthei

Gran parte del *self* de Evelyn Matthei se representa en sus redes sociales a través de elementos tanto discursivos

como de montaje y estética de imagen. Suele publicar contenidos en torno a temáticas en las que se identifica un “no hacer” por parte del Gobierno, mientras que ella se muestra, generalmente, entregando soluciones, en particular en cuanto a planificación vial y desempleo. En la forma, aparece como una persona feliz y activa, compartiendo espacios íntimos de su vida, en la que afirma tener hábitos saludables tanto en alimentación como en deporte.

SELF

- “¿Y si empezamos el viernes con alegría y actitud?” (Instagram, octubre 2023).

US

- “El miedo que sentimos como mujeres es muy grave” (Instagram, octubre 2023).
- “Como Providencia somos el orgullo de Chile en estos Panamericanos” (Instagram, noviembre 2023).
- “No es solamente mi trabajo, es el trabajo de un equipo, y eso es lo que la gente ve. Tratamos de conectarnos con los dolores de los chilenos a través de una municipalidad” (Instagram, noviembre 2023).

NOW

- “Trabajamos en conjunto para mejorar la seguridad” (Instagram, octubre 2023).
- “Buena noticia que prime el diálogo y se alcancen los acuerdos que como país tanto necesitamos” [Por acuerdos en torno a mención directa de cambio climático en propuesta constitucional] (Instagram, octubre 2023).
- “Porque tenemos que trabajar con unidad para estar contribuyendo con nuestro grano de arena al cuidado del medio ambiente” (Instagram, noviembre 2023).

- “Tenemos una responsabilidad como país con los Juegos Panamericanos, y en general con el deporte, y para eso necesitamos seguridad” (Instagram, noviembre 2023).
- “La situación económica está difícil, las familias no llegan a fin de mes. Quisiera hacer un llamado al Congreso y al Gobierno para que se preocupen del estancamiento económico. La situación económica se va a ir agravando en los próximos meses, la situación es dramática.” (Instagram, noviembre 2023).
- “Necesitamos más estabilidad en el país, después de 4 años de inestabilidad” (Instagram, noviembre 2023).
- Gonzalo Winter

Gonzalo Winter sostiene su agenda legislativa a través de sus redes sociales; durante los meses estudiados se encontraba en una campaña para posicionar una iniciativa de protección del derecho del consumidor, así como a la privacidad, y ponerle freno al telemarketing y las llamadas de empresas a teléfonos particulares. Más allá de eso, su *self* se enmarca más fuertemente en la forma que en el fondo. Elige subir videos donde dialoga con personas en la calle; además, al hacer contenidos, mira la cámara, relatando experiencias de personas con las que ha conversado para ejemplificar el punto.

SELF

Sus videos explicativos son mirando a la cámara directamente y apelando al sentido común. Así, busca mostrarse cercano. Además, comparte espacios con “personas comunes y corrientes” para encasillarse en ese arquetipo. Finalmente, se muestra indignado ante los abusos.

US

- “Es emocionante porque estuvimos ahí, desde hace años, acompañando en las gestiones y ahora vemos cómo ese trabajo se hizo realidad” (Instagram, octubre 2023).

- “Somos los que hace años les hemos pedido a las autoridades que pongan las lucas donde ponen las palabras” (Instagram, noviembre 2023).

NOW

- “Hoy rendimos homenaje a nuestros detenidos desaparecidos, con la absoluta convicción de que esto no vuelva a ocurrir en nuestra historia” (Instagram, octubre 2023).
- “Los parlamentarios sí estamos haciendo algo al respecto. Junto a un grupo de diputados presentamos la ley #NoMeLlames para frenar tanto las llamadas como los SMS y correos spam, estableciendo elevadas multas a las compañías que incumplan” (Instagram, octubre 2023).
- “Este anuncio es, en definitiva, más empleos, más investigación, más inversión” (Instagram, noviembre 2023).
- Sebastián Piñera

El expresidente Sebastián Piñera se mantuvo muy activo en sus redes sociales, y se evidencia la existencia de un equipo realizador de contenidos detrás de sus plataformas. La más utilizada fue Instagram, donde mantuvo un foco centrado en las relaciones diplomáticas internacionales, la economía y el deporte y vida sana.

SELF

- “Junto a @CeciliaMorelM, padres de 4 y abuelos de 13. Presidente de Fundación Futuro y Fundación Parque Tantauco” (Instagram, descripción del perfil).
- “A mis 75 años sigo activo, porque la salud del cuerpo es la salud de la mente” (Instagram, noviembre 2023).

US

- “Los desafío a subir escaleras cada vez que puedan ¿Se animan?” / “Tenemos que ser activos” (Instagram, octubre 2023).

NOW

- “Fui recibido por el pleno de la Asamblea Nacional de República Dominicana donde compartí mi visión sobre los desafíos de América Latina y el Caribe” (Instagram, noviembre 2023).
- “Vinimos a participar del Foro La Toja, un espacio de diálogo y defensa de la democracia inaugurado por el Rey de España, Felipe VI” (Instagram, octubre 2023).

ESCUCHA MACRO

La recolección y proceso de los datos presentados en esta investigación se realiza a través de la plataforma Consumer Research de Brandwatch, en un estudio operativizado a través de Interpreta Lab. Brandwatch tiene los derechos para analizar gran parte del contenido que se difunde en espacios públicos de Internet, uno de los cuales es X (ex Twitter). En este caso, el periodo de estudio comprende tres meses, desde el 1 de septiembre de 2023 hasta el 30 de noviembre de 2023.

Para entender de qué forma las mujeres se están comportando en el espacio digital y qué valores o creencias son las que más las movilizan, se crearon diversos “paneles sociales”, que consisten en grupos de usuarios de X que responden a una determinada serie de características.

Los paneles sociales creados para esta escucha social son los siguientes:

1. General mujeres: Este es un panel social general, que consiste en cuentas de X que cumplan tres requisitos fundamentales:

- a. declarar su género como “femenino”
- b. declararse como una cuenta “individual” y no “organizacional”
- c. declarar “Chile” como su país.

Adicionalmente, se excluyen todas aquellas cuentas que declaren tener más de 40 años en su biografía, para acotar el grupo a usuarias menores de esa edad.

2. Seguidoras de influencers clave: Este panel social se compone de las seguidoras de un grupo de influencers clave cuyos nombres surgieron en focus group realizados en distintas regiones del país. Además de los tres requisitos mencionados en el panel social anterior, estas usuarias debían ser seguidoras de al menos una de estas influencers.

La lista de influencers son: @nayafacil, @carmentuitera, @mila_recabarren, @nissrosenthal, @lafrangh, @franciscamusic y @lulichile

Total de cuentas: **16.824 usuarias.**

3. Seguidoras Michelle Bachelet: Este panel social se compone de las seguidoras de la expresidenta Michelle Bachelet que cumplen los tres requisitos del panel 1, y se excluyen a todas las seguidoras de Evelyn Matthei.

Total de cuentas: **6.955 usuarias.**

4. Seguidoras Bachelet y Matthei: En contraste con el grupo anterior, este panel social se compone de aquellas cuentas que cumplen los requisitos del panel 1 y que, adicionalmente, siguen tanto a Evelyn Matthei como a Michelle Bachelet. Esta determinación se tomó para mantener un panel lo suficientemente amplio para encontrar patrones y conversaciones.

Total de cuentas: **2.107 usuarias.**

5. Panel 18 - 25 años: En este panel se incluyen todas las cuentas que cumplen los requisitos del panel 1, además de declarar en su biografía tener entre 18 y 25 años.

Total de cuentas: 1.701 usuarias.

6. Panel 26 - 40 años: Este panel es similar al de 18 a 25 años, solo que incluye a aquellas usuarias que declaran tener entre 26 y 40 años.

Total de cuentas: 1.256 usuarias.

Una vez obtenidos estos paneles, se analizaron las menciones generales que ellas publicaron, pero además se categorizaron en un grupo de referentes y un listado de políticas públicas para observar más en detalle qué es lo que publican.

REFERENTES:

Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Evelyn Matthei, Gabriel Boric, Daniel Jadue, Karol Cariola, Rodolfo Carter, Mon Laferte, Karol G, Leonardo Farkas, Pedro Pascal, Claudio Orrego, Jordan 23, Felipe Camiroaga, Camilo, Emma Watson.

POLÍTICAS PÚBLICAS:

Aborto, gratuidad, papito corazón, sueldo mínimo, CAE, violencia intrafamiliar, vivienda, AUGE/GES, Chile crece contigo, brecha salarial/sueldo mínimo, acoso callejero, subsidio empleo joven, Ley Ricarte Soto.

Adicionalmente, se removieron todas aquellas cuentas que tenían un volumen de publicaciones mayor a 3.000 durante los tres meses estudiados, por considerar ese enorme volumen de publicaciones como una conducta anómala.



DATOS GENERALES

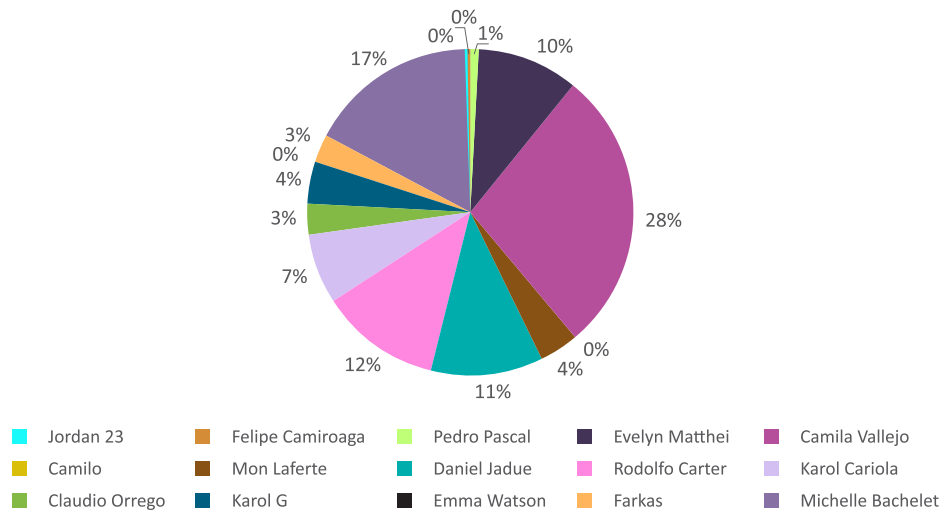
1. General Mujeres

Total de publicaciones estudiadas: **3.659.259**

Total de usuarias: **63.400**

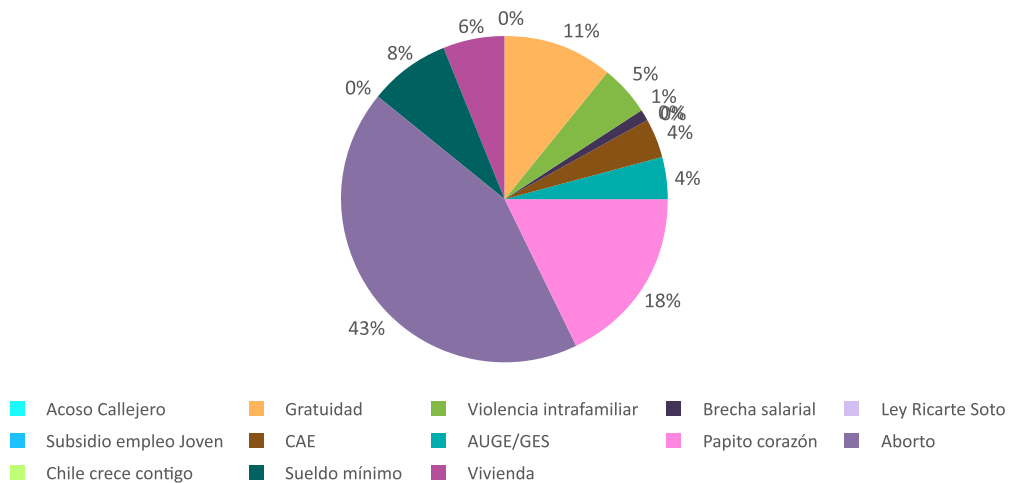
Referentes más mencionadas: **Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Rodolfo Carter**

General Mujeres



Políticas públicas más mencionadas: **Aborto, papito corazón, gratuidad**

General Mujeres



Trending topics:



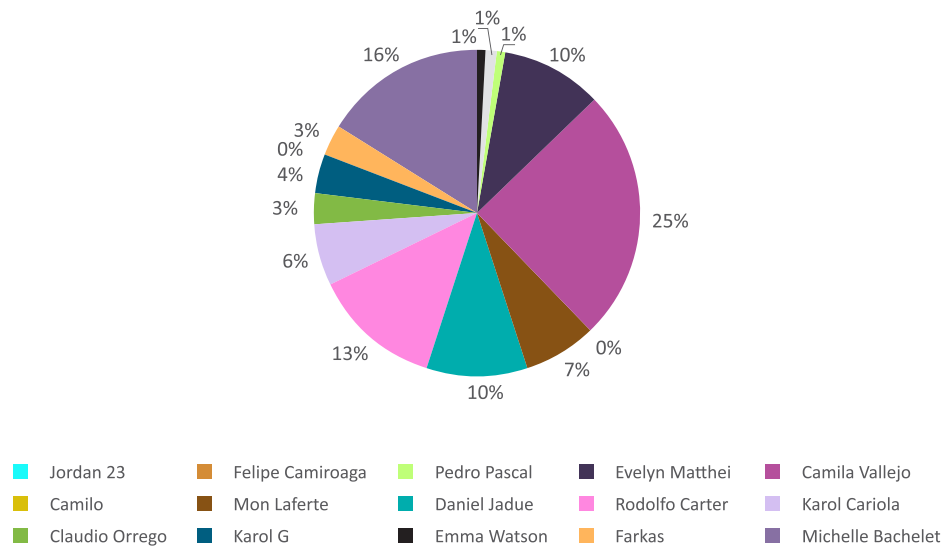
2. Seguidoras influencers

Total de publicaciones estudiadas: **1.031.643**

Total de usuarias: **16.824**

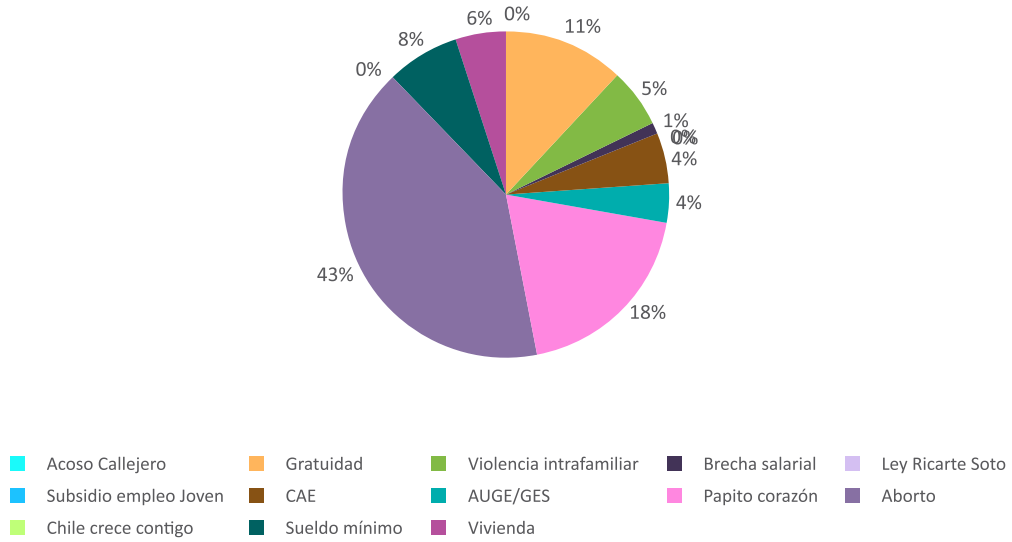
Referentes más mencionadas: **Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Rodolfo Carter**

Seguidoras influencers



Políticas públicas más mencionadas: **Aborto, papito corazón, gratuidad**

Seguidoras influencers



Trending topics:



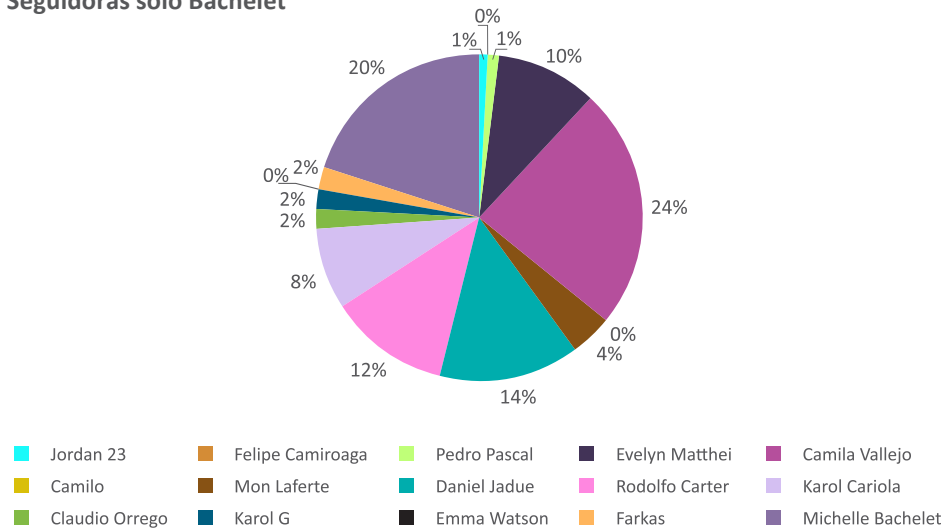
3. Seguidoras solo Bachelet

Total de publicaciones estudiadas: 614.822

Total de usuarias: 6.955

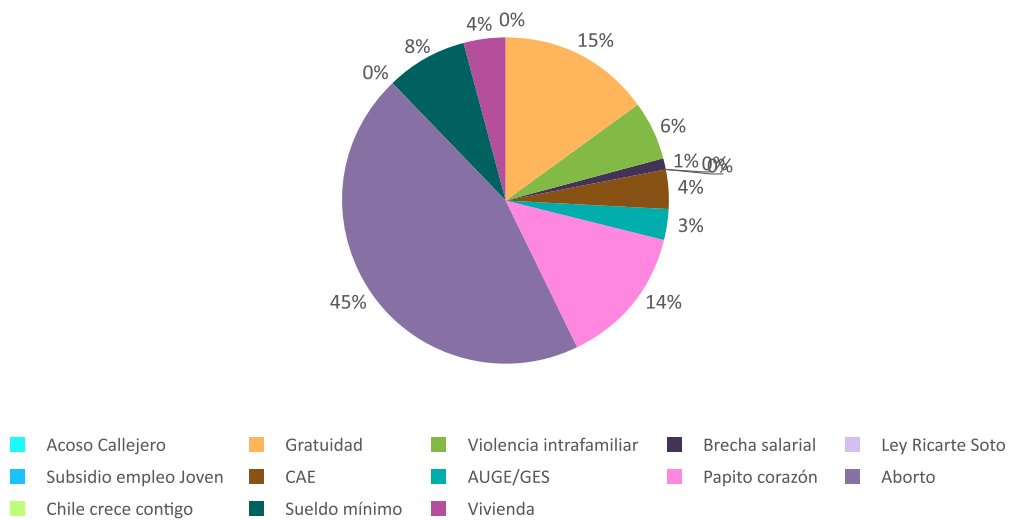
Referentes más mencionadas: Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Daniel Jadue

Seguidoras solo Bachelet



Políticas públicas más mencionadas: Aborto, gratuidad, papito corazón

Seguidoras solo Bachelet



Trending topics:



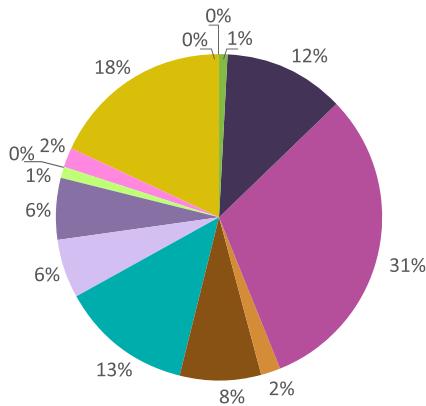
4. Seguidoras Matthei y Bachelet

Total de publicaciones estudiadas: **166.861**

Total de usuarias: **2.107**

Referentes más mencionadas: **Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Rodolfo Carter**

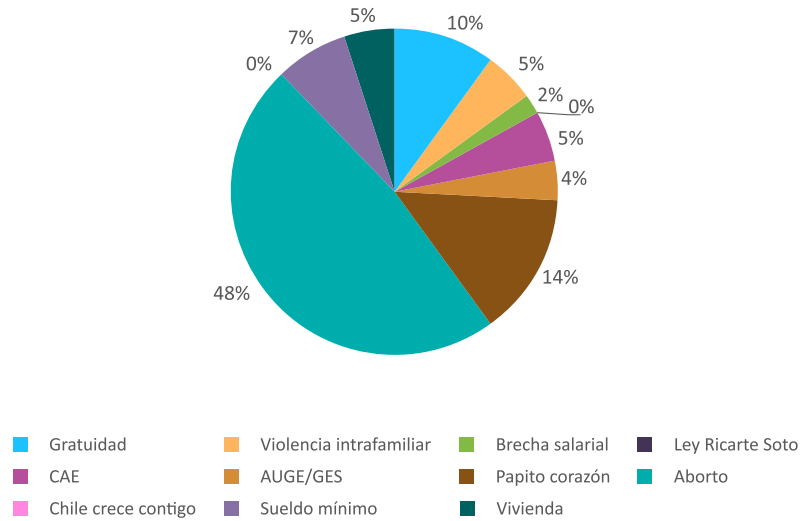
Seguidoras Matthei y Bachelet



- Jordan 23
- Felipe Camiroaga
- Pedro Pascal
- Evelyn Matthei
- Camila Vallejo
- Rodolfo Carter
- Karol Cariola
- Claudio Orrego
- Karol G
- Emma Watson
- Mon Laferte
- Farkas
- Daniel Jadue
- Michelle Bachelet

Políticas públicas más mencionadas: **Aborto, papito corazón, gratuidad**

Volume Over Time: Escucha general mujeres



Trending topics:



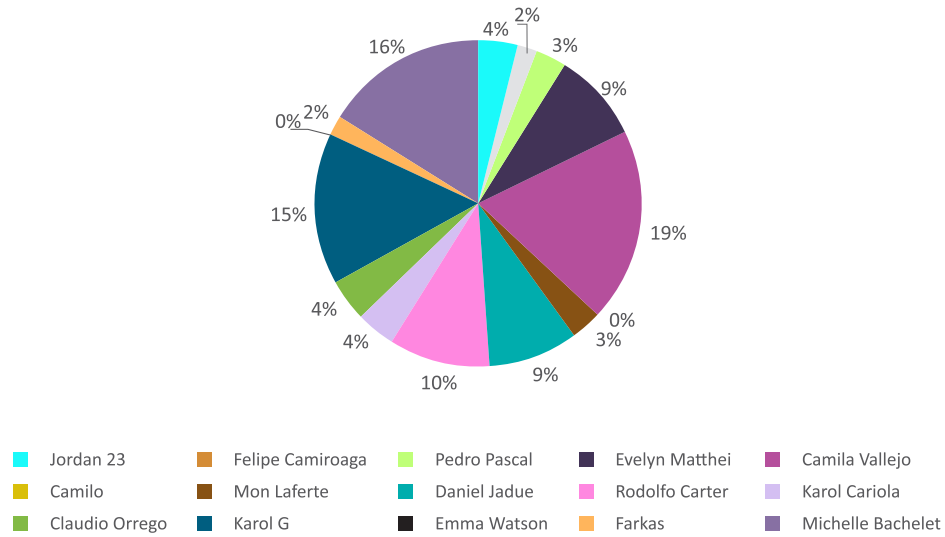
5. Panel 18 - 25 años

Total de publicaciones estudiadas: **100.249**

Total de usuarias: **1.701**

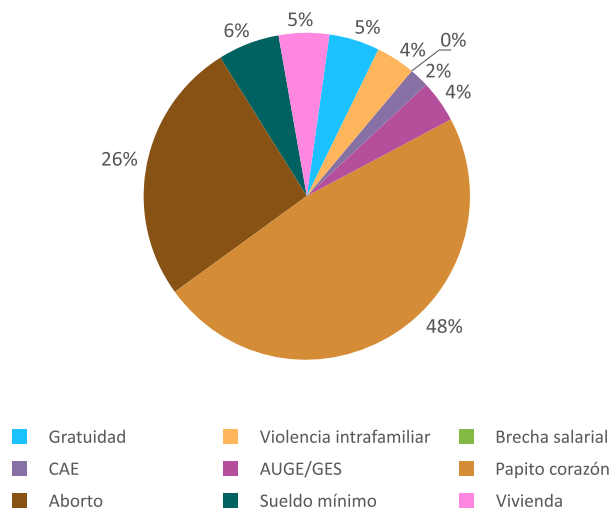
Referentes más mencionadas: **Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Karol G**

Panel 18 - 25 años



Políticas públicas más mencionadas: **Papito corazón, aborto, sueldo mínimo**

Panel 18 - 25 años



Trending topics:



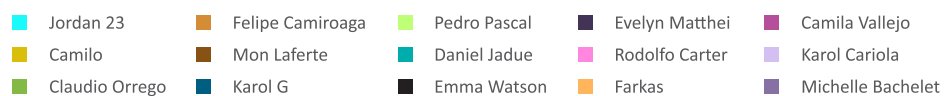
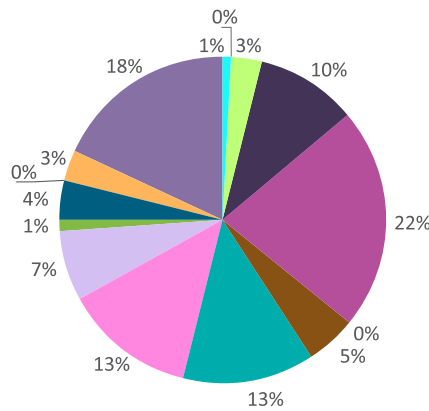
6. Panel 26 - 40 años

Total de publicaciones estudiadas: **100.666**

Total de usuarias: **1.256**

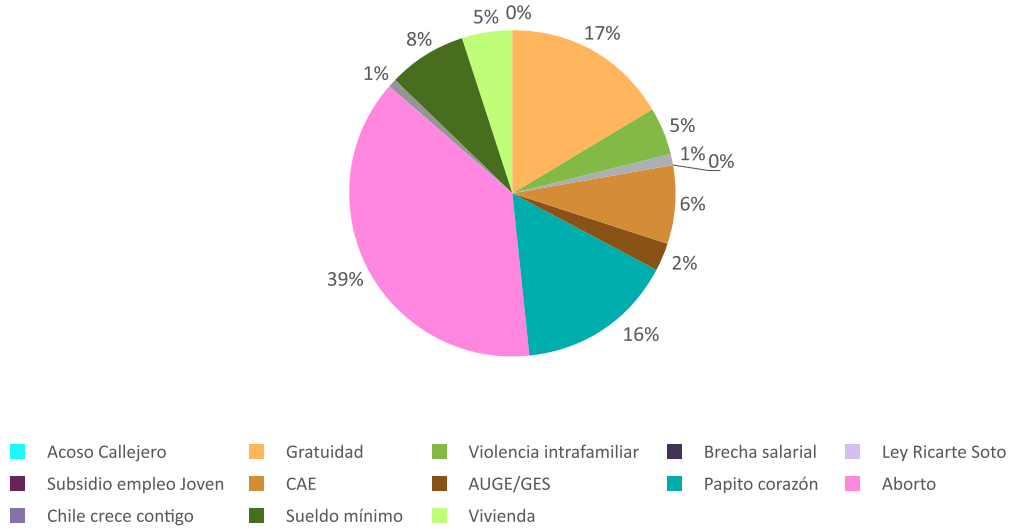
Referentes más mencionados: **Camila Vallejo, Michelle Bachelet, Daniel Jadue**

Panel 26 - 40 años



Políticas públicas más mencionadas: **Aborto, gratuidad, papito corazón**

Panel 26 - 40 años



Trending topics:



Fading Trending

HALLAZGOS:

- En todos los grupos y segmentaciones observadas, la conversación sobre aborto está marcada por la contingencia nacional (plebiscito constitucional); sin embargo, existen elementos de la narrativa que se pueden rescatar.
- Los otros grandes temas que marcan la conversación son: Gran Hermano, Juegos Panamericanos, 50 años del Golpe de Estado y el ataque de Israel a Gaza.
- A diferencia de lo encontrado en otras fases del estudio, el programa Chile Crece Contigo, que cuenta con altos niveles de mención y aparición, no entrega resultados relevantes en conversaciones en Brandwatch.

SELF

La autodefinición se encuentra tanto en descripciones directas de perfiles, como en conversaciones en torno a diversas temáticas. En la mayoría de los casos se replican hallazgos identificados en los focus group de la investigación, pero en grupos de 18 a 25 años aparecen nuevos conceptos asociados a la salud mental, capacidades sociales, laborales y académicas. Por otra parte, conceptos asociados a familia desaparecen ("soy hija", "soy madre", etc). En ambos grupos etarios aparece con fuerza la definición mediante la nacionalidad ("soy chilena", "soy venezolana en Chile", etc). También se repiten conceptos encontrados en los focus como "sencilla", "feliz", "luchadora", sobre todo en paneles entre 26 a 40 años. Finalmente, se encuentran definiciones a partir de gustos, como "soy scout", "soy swiftie", "soy fanática de Star Wars" (transversalmente).

Bloque 18 a 25 años | Ejemplos:

- "No digo que sufro de insomnio, porque SOY insomnio", "soy poco sociable", "soy de esas que se creen lindas pero son feas".

- "Soy bilingüe", "consultora senior", "soy una emprendedora dispuesta a ayudarte a emprender", "titulada de la Universidad de Santiago de Chile - Curso Sence en Administración de empresas 2022".
- "Hago honor a mis principios, soy fiel a mi estilo", "soy sencilla", "lucho en la vida".
- "Soy una gran fanática del deporte chileno en todas sus áreas", "soy una chica que ama a Taylor Swift, el café, el té, la lluvia, la música, escribir, comprar ropa...".

Bloque de 26 a 40 años | Ejemplos:

- "Me considero una persona profundamente odiosa y desagradable".
- "Me identifico con Tevye de Fiddler on the Roof porque yo igual quiero ser millonaria", "soy Rihanna pero pobre, y sin talento".
- "Soy una persona que disfruta escuchando música, pero definitivamente mcr son los únicos que logran que me sienta bien en mis peores momentos".
- "Soy una persona simple".
- "Soy hija de padres pinochetistas, fanáticos adoradores de la dictadura y sin embargo, me di el trabajo de conocer, explorar, leer y comparar".

US

La herramienta de escucha, por su carácter algorítmico, dificulta el hallazgo de valores definidos como necesarios para la sociedad, pero se encontraron algunos rasgos relevantes en paneles asociados a influenciadores, particularmente en seguidoras de Evelyn Matthei y Michelle Bachelet. En el caso de la primera se encuentran indicios que reflejan lo identificado en los focus group sobre el respeto, la empatía y las buenas costumbres. En tanto, los valores

que resaltan en grupos que siguen a Michelle Bachelet —la verdad, la solidaridad—, se suman a la empatía como valores más mencionados.

Seguidoras de Evelyn Matthei | Ejemplos:

- “Pienso en mis hijos y en mis nietos, por eso agradezco toda la empatía de la comuna de Providencia”.
- “No hay respeto por nada, cuando era chica esos semáforos aunque estuvieran en la esquina se respetaban para cruzar”.
- “Dicen que es por feminismo defender tanto el aborto, pero no hay nada más empoderante para una mujer que ser madre, porque eso es tener empatía por la criatura de dentro de una”.

Seguidoras de Michelle Bachelet | Ejemplos:

- “La verdad siempre gana, los mentirosos que están reinando ahora son los que van a perder”.
- “Hablan de empatía pero no piensan en todas las mujeres que se quedan sin trabajo por ser madres”.
- “Hoy en día nadie quiere ayudar al otro, sólo buscan su propio bien, y nadie piensa en los discapacitados, en los abuelos. Todos piensan que se salvan todos solos, y no, así no llegamos a ningún lado”.
- “El CAE no es solidario, la gratuidad sí, porque con nuestros impuestos le pagamos a jóvenes que se lo merecen y que necesitan salir de dónde están”.

En los paneles generales, se repiten estos valores en torno a políticas públicas como pago efectivo de pensión de alimentos (asociado a la empatía), gratuidad (asociado a la solidaridad), feminismo, asociado (en ocasiones, negativamente) al aborto.

NOW

El *now* encontrado varía de acuerdo con las temáticas y paneles observados. Para cada uno de ellos existe un *now* diferente, pero se encuentran algunos paralelismos, como, por ejemplo:

- “Voy a dormir tranquila cuando dejen de amenazar con quitarnos el aborto cada dos años” - Panel 18 a 25 años.
- “No me da miedo no tener pega, me da miedo jubilarme en unos años más porque a nadie le voy a importar” - Panel 26 a 40 años.
- “No sé para qué voy a volver a trabajar si llegaron como dos pelagatos a hacer mi pega en el post natal y me van a tratar como el hoyo más encima creo que ganan más que yo. linda la hueá” - Panel seguidoras influencers.
- “Creo que todas deberíamos dejar de definir el feminismo y pensar en estas cosas (ley Papito Corazón), no es feminismo, es justicia, eso deberíamos hacer todas, eso deberían hacer los gobiernos”. - Panel seguidoras Michelle Bachelet.

MUNDO CULTURAL

En la observación de consumo de industria cultural, se evidenciaron similitudes con lo recogido en los focus group, aunque aparece predominantemente Taylor Swift con más fuerza (por sobre Selena Gómez); en paralelo, en paneles de 18 a 25 años irrumpe Billie Eilish.

- “Ya dejó de sorprenderme el spotify wrapped porque se que taylor swift siempre será mi top artist” - Seguidoras Michelle Bachelet.
- “Billie Eilish es mi alma” - Seguidoras Evelyn Matthei.

- “Quiero llegar a mi casa a llorar con Billie eilish dejenme sola” - Panel 18 a 25 años.
- “Ya funcionó, obvio que soy una más de las ridículas que integran el 0,5% que más escucha a taylor swift..... y mi segunda es lana del rey..... podríamos adivinar que estuve deprimida y perturbada” - Seguidoras influencers políticas.
- “Que tan genérico sos? taylor swift sabrina carpenter harry styles sselena gomez ariana grande katy perry lana del rey the weeknd bruno mars dua lipa miley cyrus doja cat olivia rodrigo - “En todos esos países la tasa de natalidad es muy baja. El aborto libre siempre ha sido un capricho político de LGBTIQ+ los cuales no pueden ni quieren tener hijos.” Seguidoras influencers.
- “¿Y qué? El aborto es de lo más normal, y es algo mínimo que tenemos.” - Seguidoras Bachelet.

En paralelo, al observar el mundo cultural de consumo televisivo y streaming, lo más predominante es el formato de serie reality, superando en menciones todo tipo de otro contenido digital (Tierra Brava y Gran Hermano). Se encuentran apariciones acotadas de La Memoria Infinita (que fue proyectada en varios centros culturales en el marco de la conmemoración de los 50 años), doramas como menciones ajenas (“es tan terrible todo esto que parece un dorama”), y la película Barbie.

ABORTO

La conversación en torno al aborto estuvo marcada por el debate constitucional: la aparición de Michelle Bachelet en la campaña, por un lado y, por el otro, la defensa de Evelyn Matthei, que aseguró que con el proyecto de nueva Constitución no se ponía en riesgo la ley vigente de aborto en tres causales. Cabe destacar, incluso, que en paneles de seguidoras de Evelyn Matthei se identificó un discurso defensor del aborto.

- “Señor, señora, piense en sus hijos y nietos, no permita que el odio que ellos tienen contra Boric, atente contra las mujeres que finalmente terminarán perdiendo su derecho de abortar en 3 causales. No retrocedamos al siglo XX. Luche por sus derechos” Seguidoras Matthei.

JUEGOS PANAMERICANOS

Una temática que aparece con fuerza en todos los paneles es el impacto mediático y narrativo de los Juegos Panamericanos. Destaca que es una temática en la que más se evidencian RT (republicaciones) de medios oficiales, autoridades, y sobre todo la cuenta del presidente Gabriel Boric. Se destaca el concepto de “unión” tras del evento deportivo.

- “Tres historias de amistad, valor y rehabilitación. Pero con una sola pasión: el deporte de alto rendimiento. <https://t.co/wJ8QhZDARj>” - Panel 26 a 40 años.
- “Que lindo que fue vivir los Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023. Cuanta falta nos hacía un poquito de Alegría y unión” - Seguidoras influencers.
- “¿Podemos tener Panamericanos todo el año? Nada me ha hecho sentir tan feliz” - Panel 18 a 25 años.

50 AÑOS

Al escuchar periodos que abarcan el mes de septiembre, aparece constantemente la referencia a la conmemoración de los 50 años, que incluso se estira hasta inicios de octubre, impulsado por comentarios de influenciadores como Farkas. Si bien en algunas instancias se encuentran atisbos interesantes de narrativas en torno a Derechos Humanos, la temática central es mayoritariamente contrapuesta a delincuencia y situación económica.

- "Mi país está fabuloso. Mientras políticos siguen dividiendo a la gente con temas del pasado (Sin solución). Jóvenes se hacen millonarios con "Fundaciones" y adultos mayores en la calle trabajando hasta morir. Seguidores me envían imágenes de esta abuelita de 92 años en la calle. Por favor búsqenla y díganle dónde le deposito 2 millones para mejorar un poco su vida. Leonardo Farkas #CHILE" - Leonardo Farkas (replicado en todos los paneles).
- "@Cooperativa @Carolina_Toha y ud que hace para frenar la delincuencia? cuando le recuerdo que @GabrielBoric con su celebración de los 50 años. Va a ver vandalismo, y la delincuencia va a llegar a niveles del octubrismo. Uds son los responsables de cómo tienen el país.#GobiernoCriminal" - Seguidoras Matthei.
- "Cuando viví esto, resurgió el dueño de un país más igualitario, más justo, mejor vida, el pueblo posteriormente empoderó a los más ultra derechistas, estamos retrocediendo estos mismos 50 años, penoso para nuestros hijos y nietos." - Seguidoras Bachelet.
- "Anoche ví "Conmemoración" de Tryo Teatro Banda. Delicadeza, humor, profundidad. Maravillosa. Ha sido lo único que me ha gustado de la conmemoración de los 50 años del golpe." - Panel 26 a 40 años.

- "#encapuchados #infiltrados #teampatriota Minuta de la derecha: echar la culpa por los desmanes y ataques hacia la izquierda en la conmemoración de los 50 años del golpe a... la izquierda 🤔 También la derecha, 1983: <https://t.co/foWcpxuUS2>" - Panel 18 a 25 años.
- "Nos han hablado tanto de ddhh en los últimos años que como que se nos olvidó que hubo reales violaciones a estos derechos en dictadora #50años" - Seguidoras influencers.

SALUD MENTAL

La salud mental aparece en la escucha tanto a través de mensajes directos en torno a ella, como asociada al concepto de respeto y, también, vinculada con el mundo cultural (particularmente el reality *Gran Hermano*). También predominan audiencias jóvenes en la mención a la temática.

- "Por tu salud mental está bien: cancelar planes, poner límites, terminar amistades, descansar, cambiar de opinión, llorar, darse un tiempo" -Panel 18 a 25 años.
- "icata: "cuando el seba se cambió de pieza mi salud mental empezó a empeorar" MÁS PRUEBAS DE QUE ESE MACHITO LE CAGÓ LA PSIQUIS A TODAS LAS MUJERES DE LA CASA. LA VIOLENCIA AFECTA NUESTRA SALUD MENTAL" - Seguidoras influencers.
- "Bucha me da pena sentir q amistades se alejaron de mi, demás lo hicieron x fidelidad a otra amistad (cosa q no tiene NADA de malo) pero still me da pena pq yo les quería mucho + no hice nada malo, solo me aleje de esa otra amistad x salud mental fkfjdj 😞 k pena les extraño!!" - Seguidoras Bachelet.
- "Todos hemos tenido mal días en el trabajo, pero no nos tiene que amargar la vida. ¿Por qué? Porque la vida es mucho más que pega, eres tú y tu salud

mental lo más importante.” - Replicaciones a cuenta Trabajita en paneles de 18 a 25 años.

- “Mi mamá me enseñó que si no me gusta algo que me regalaron debo quedarme callada por la salud mental de la otra persona” - Seguidoras Bachelet.

PAPITO CORAZÓN

La observación de esta temática llama sobre todo la atención al analizar la diferencia de discurso encontrada en los paneles divididos por edades, ya que, en el caso de los sectores de 18 a 25 años, se habla de la política en tercera persona, y en el caso de los paneles de 26 a 40 años, se encuentran narrativas en primera persona.

- “Te cachai un día tener edad suficiente para estar saliendo con alguien y darte cuenta que es papito corazón?” - Panel 18 a 25 años.
- “La justicia es humillante para las que perseguimos a los papitos corazón que nos deben la plata” - Panel 26 a 40 años.
- “Yo tampoco nunca me imaginé que me iban a hacer esto, siempre dije que era una buena persona y todo pero una nunca se espera que el que menos piensa va a terminar dejándola sola y siendo papito corazón igual. ahí se va la denuncia” - Panel 26 a 40 años.
- “eso de los estadios es verdad? que no van a poder entrar los papitos corazones???? WUAAA AJAAAA” - Panel 18 a 25 años.

¿CUÁNDO?

Finalmente, de la observación, se desprenden datos relevantes respecto del tráfico y movimiento en diferentes redes:

- X / Twitter

Lunes y domingo (concentran el 30% del tráfico). Esta cifra es general; sin embargo, en el caso de los paneles más jóvenes (de 18 a 25 años), se exacerba el tráfico el domingo.

- Facebook

Gran parte de la publicación e interacción activa con los contenidos se concentran entre los jueves y martes (en total, un 41% del tráfico). La mayoría de los comentarios publicados en estos días son los que tienen más éxito y visualización, incluso en los días posteriores.

- Instagram

La mayoría de los influenciadores publican los lunes o los domingos en la noche.

- TikTok

No se encuentran datos significativos sobre días de tráfico en TikTok; sin embargo, se observan datos algorítmicos (uso de música nativa de la plataforma, tipo de edición, tipo de contenido), que pueden ser materia de un estudio futuro.

III.

CONCLUSIONES

La realización de una investigación de estas características supone, por un lado, poner a prueba una nueva metodología de investigación, y por otro, la elaboración de conclusiones integrales de dicho proceso. Algunos de los hallazgos se enmarcan más allá de lo planteado en los objetivos de esta investigación, o incluso de las preguntas que sustentan a estos.

Uno de los primeros elementos que se identificaron tanto en el estudio análogo como en el digital es que, en respuesta a una de las preguntas iniciales de la investigación, no existe una narrativa única que identifique a todas las mujeres, pero sí se identifican factores unificadores que muestran la existencia de problemáticas comunes y diferenciadas de las de los hombres. Muestra de ello es, por ejemplo, la narrativa sobre inseguridad, donde el miedo, por el ser mujer, se intensifica y se presenta de forma continua; o la narrativa sobre conciliación laboral, donde las mujeres son conscientes de vivir mayores exigencias y dificultades.

En paralelo, aunque tanto mujeres como hombres identifican problemáticas similares —economía, seguridad, salud o educación—, existen diferencias en la narrativa: i) se expresan desde valores diferentes, con las mujeres enfatizando la falta de humanidad, respeto o empatía; ii) los problemas las afectan y ellas

los viven de forma diferente, especialmente en el caso de inseguridad y trabajo, donde expresan mayores dificultades por el género; iii) existe una problemática que realzan especialmente las mujeres a consecuencia de la carga mental extra y la falta de tiempo que viven: la salud mental. En las problemáticas apareció de forma inesperada el transporte, un problema de la vida diaria no solo en Santiago, sino también en Concepción.

Y, finalmente, al abordar los objetivos y preguntas de esta investigación, se confirma la necesidad de una metodología de investigación de narrativas que dé cuenta simultáneamente de las narrativas digitales y de los canales de comunicación de las mismas, dado que al comparar estudios tradicionales de audiencias (Digital News Report y herramientas de escucha macro), se identificó una diferencia de data respecto al uso de los canales y al modo de consumo de las mujeres estudiadas.

Sumado a esta reflexión, se hace necesario incorporar nuevas metodologías de sistematización del estudio del mundo cultural y de consumo de las audiencias, profesionalizando y dialogando en torno a nuevas formas de observar y analizar la industria de contenidos, y generar aprendizajes colectivos algorítmicos, técnicos y narrativos.

Por esto, se determina que, para poder comunicar narrativas a audiencias determinadas, se debe medir el comportamiento y canales de comunicación de las mismas audiencias que se analizan desde la investigación tradicional.

La investigación, además, entrega una serie de hallazgos sobre las audiencias estudiadas:

Primero, las mujeres analizadas (mujeres urbanas de los estratos C3/D, y 18 a 40 años) se definen principalmente como alegres y luchadoras. La alegría se configura como un deber ser, donde no existe el permiso para estar triste ni enojada. La lucha, por su parte, se configura como un eje identitario de orgullo, lo que les permite sobrevivir en una realidad adversa.

En la investigación digital, esta autodefinición se reafirma tanto en los espacios macro como micro. La observación evidencia un “deber ser” de las mujeres que gira principalmente en torno a su rol dentro de la familia y la sociedad; esta necesidad de mantener unidas a las familias y las comunidades se exagera incluso en públicos jóvenes. En cuanto a la investigación del mundo cultural de las mujeres, se identifican patrones narrativos similares a los presentados en sus productos de consumo. Las mujeres protagonistas de las producciones narrativas que ven o leen cumplen una labor similar a la suya en sus familias o en la sociedad, además de ejemplificar una ruta de esfuerzo y resiliencia enfrentada desde la alegría y la esperanza.

En cuanto a los valores, se perfila una necesidad de romper con la estructura cultural ad hoc al mercado, que promueve aquellos valores que se consideran propios de la dimensión cultural del neoliberalismo chileno. Esto, para favorecer otros valores, más bien vinculados al reconocimiento de la otredad y la convivencia colectiva. Se trataría de una especie de tránsito de las acciones instrumentales, eminentemente económicas, hacia las acciones de carácter afectivo.

La lucha individual y la meritocracia siguen siendo valores relevantes, pero se priorizan desde “la falta de” los valores como la empatía, la solidaridad o el respeto. El respeto es el valor más mencionado y lo exigen en todas las dimensiones de su entorno, incluida la política y el feminismo. La solidaridad está asociada a la lucha económica que se vive personal y colectivamente. Se valora a quienes tienen una historia de lucha y que ayudan a los demás en momentos de interés de forma desinteresada.

Llama la atención que, al profundizar la observación de las figuras identificadas como referentes por las mujeres, sostienen valores algo diferenciados, como es el caso de la empatía ante la crisis migratoria (María Luisa Godoy, Isabel Allende), que se contrapuso a conversaciones identificadas en Antofagasta; o el cuidado del medioambiente como temática y valor

principal (Evelyn Matthei, comunidades de scouts, Michelle Bachelet), que no tuvieron un reflejo en los grupos focales. Esto confirma la necesidad de plantear preguntas sobre la pregnancia de las narrativas de referentes e influenciadores en sus audiencias.

Las narrativas en torno al concepto de comunidad hablan de espacios diluidos con el avance de las generaciones. En la actualidad no se definen como un espacio de confianza, sino más bien un entorno hostil en el que existe el abandono. Además, las generaciones mayores tienen más identificación de la comunidad con el territorio, mientras que las más jóvenes muestran añoranza de esa territorialidad buscando otros sistemas de comunidad, como son la iglesia o los grupos scout. Regionalmente, Santiago es el entorno con menos comunidad. Por último, cabe destacar que este estudio deja una pregunta abierta con base en otras formas de creación de comunidades que mencionan las jóvenes: los intereses comunes y la virtualidad. Por lo tanto, como pregunta para nuevas investigaciones, se plantea: ¿son las redes sociales los nuevos lugares de creación de comunidades con perspectiva de futuro?.

Al introducir la conversación sobre los sueños y realizaciones, las mujeres investigadas suelen remitirse al anhelo de la casa propia, un trabajo estable, la obtención de un título y el cumplir metas familiares. No existen grandes esperanzas de futuro, lo que nos muestra una "existencia precaria". Se destacan diferencias interesantes, especialmente entre las mujeres que mantienen una relación constante con el espacio público versus aquellas que no: i) las mujeres de trabajo informal encuentran gran parte de realización en su familia, sin casi espacio para ellas como individuos; ii) las mujeres que estudian o trabajan tienen más sueños individuales, donde las posibilidades que un título entrega o el espacio compartido de trabajo son razones de satisfacción.

Se establecen también diferentes definiciones del rol de la mujer. De nuevo se ve una diferenciación según su relación con el entorno público. Así, i) las mujeres con trabajos informales mantienen una visión más tradicional del rol: unir a la familia y mantener el orden en

el entorno, lo que se ve reafirmado en la escucha digital. Este rol es una parte central de su identidad, dado que es el único espacio donde tienen una voz mayoritaria. En consecuencia, se observa una constante relegación de la mujer a su rol de madre en materia sexual, social, laboral y personal. Y ii) las mujeres que se relacionan con el espacio público ven el rol de la mujer hoy en día como el de seguir abriendo caminos hacia la igualdad entre hombres y mujeres.

Se evidencia una desvinculación de las mujeres de los sectores analizados respecto de la política. Las razones se pueden asociar a la desconfianza hacia los políticos, a la inutilidad de la actividad, pero sobre todo al conflicto vinculado a la discusión propia de la política. Aun así, existe un reconocimiento de su importancia y necesidad, especialmente en las mujeres que se muestran cercanas al feminismo. Lo que nos deja una pregunta abierta relacionada con el estudio de Luna Folegatti Montenegro (2018): ¿Es el feminismo una ventana de oportunidad hacia la politización? Por último, las fuentes de información son predominantemente masculinas; es decir, las mujeres tienden a informarse por el padre o por su pareja hombre. Esto indica que la política sigue siendo una conversación vinculada fundamentalmente a los hombres y a lo que se percibe como masculino.

Respecto de las políticas públicas, se encuentra una diferenciación en el discurso respecto de los hombres; cuando en las mujeres se evidencia una sensación de frustración, en muchos de los hombres presentes en los grupos observados, este sentimiento avanza hacia la rabia. Cabe destacar la relevancia de que las políticas públicas enfocadas en salud y primera infancia son las únicas evaluadas positivamente, casi sin reparos, en los espacios de audiencias objetivo. En particular, el caso de Chile Crece Contigo y los planes de salud de cuidado de embarazo y primera infancia tienen una valoración positiva y transmiten confianza a sus usuarias. Pero aparte de esto, las políticas públicas se asocian a frustración, sobre todo las asociadas al emprendimiento.

En lo referente al feminismo, existe valoración y reconocimiento recorrido histórico de este movimiento,

así como apoyo a las demandas feministas. En este estudio sorprende especialmente el apoyo casi transversal al aborto libre, incluso en grupos focales que contaron con la participación de mujeres religiosas, lo cual abre la puerta a futuras investigaciones respecto de las narrativas en torno a esta temática. Aun así, en el estudio existen muchas mujeres que no se identifican con el feminismo porque actualmente lo ven como un movimiento conflictivo, “extremista”, que ha perdido su sentido y que les falta el respeto a los hombres.

En todo este análisis existe una variable diferenciadora relevante: la participación en el espacio público. Existe una diferencia relevante entre las mujeres que participan estudiando o trabajando y aquellas que están mayoritariamente en la casa. Estas últimas mantienen: i) una visión más tradicional y conservadora del entorno; ii) mayor desafección política; iii) mayores problemáticas reconocidas de salud mental. En paralelo, la salud mental es uno de los elementos más transversales presentes en la escucha digital, tanto en las conversaciones de audiencias (grupos de Facebook), como en temáticas expuestas en cuentas referentes.

Los referentes públicos mencionados se pueden clasificar de la siguiente manera: i) referentes caritativos: personas con ingresos económicos elevados, con una narrativa que apela a “venir desde abajo” y que, al mismo tiempo, muestran una actitud solidaria y desinteresada con el entorno que les rodea. Entre ellos destacan Farkas, Pablo Chill-e, Felipe Camiroaga, o la Teletón como institución. ii) Referentes de la ruta: personas con un largo recorrido de lucha, especialmente mujeres, que gracias a dicha batalla cuesta arriba actualmente tienen una buena vida y se comportan según los estándares que la sociedad exige: Nicole Moreno o Naya Fácil. iii) Referentes de maternidad: mujeres que destacan por su rol de madres en redes sociales principalmente. Son mencionadas en los focus group, incluso por mujeres que no se autodefinen como madres. iv) Mujeres que abren caminos: mujeres que han enfrentado lo establecido y gracias a las cuales se han podido abrir temáticas relevantes, sobre todo para las mujeres, y hablar de ellas abiertamente. Bajo esa

descripción aparecen: Gabriela Mistral, Gladys Marín, Isabel Allende, Michelle Bachelet. En v) vemos referentes políticos: a pesar de que la mayoría de las mujeres considera que la política divide a la sociedad y la familia, el cuestionario buscaba motivar intencionalmente la mención a referentes. Aquí destacan políticos como Gonzalo Winter, Evelyn Matthei, Sebastián Piñera, Camila Vallejo, Gabriel Boric y Michelle Bachelet. En vi) se presentan referentes feministas: si bien la visión del feminismo no es positiva en gran parte de las mujeres estudiadas, se consulta directamente por personas que identifican como feministas. Aquí aparecen mujeres que mayoritariamente lo abordan desde el empoderamiento y el feminismo liberal, como Karol G o Denise Rosenthal, o aquellas con mayor trasfondo político pero mayor impresión negativa, como Karol Cariola, Ana Tijoux o Mon Laferte.

Por último, cabe destacar que esta investigación deja una primera enseñanza: la necesidad de incluir en futuras investigaciones grupos focales exclusivamente masculinos para evidenciar e identificar de mejor manera los contrastes. Además, este estudio abre la puerta a nuevas investigaciones que puedan resolver preguntas que surgieron durante su desarrollo: ¿cómo elaborar mensajes que permitan instalar la posibilidad de tener aborto legal? ¿Cuál es el elemento que hace que las mujeres definan su voto? ¿Es el feminismo una ventana de oportunidad para entrar a la política? ¿Son las redes sociales nuevos lugares de creación de comunidades con perspectiva de futuro? ¿Cómo conformar nuevas metodologías de estudio tanto para observar las interacciones que ocurren en los espacios digitales, como para elaborar estrategias integrales? ¿Son los valores una muestra de rompimiento y de crítica de la estructura de valores ad-hoc del sistema neoliberal de Chile? ¿Estamos ante una búsqueda de valores que reconozcan a la otredad?.

IV.

BIBLIOGRAFÍA

- Arguelles-Bendezú, P. (2016). *Representaciones sociales de los estudiantes de liceos municipales emblemáticos y no emblemáticos sobre la Educación Pública Municipal*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Canales, M. (2006). El Grupo de Discusión y el Grupo Focal. En M. Canales, *Metodologías de investigación social: Introducción a los oficios* (pp. 265-289). Ciencias Humanas.
- Carballo, M. J. R. (2018). Entre doramas y telenovelas:: hallyu en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural. *Journal de Comunicación Social*, 6(6), (pp. 197-223).
- Comandini, A. C. G. (Ed.). (2021). *Históricas: movimientos feministas y de mujeres en Chile, 1850-2020*. LOM Ediciones.
- Curiel, C. (2020). *Feminismos desde Abya Yala*.
- Espinosa-Miñoso, Y. (2014). De por qué es necesario un feminismo descolonial: diferenciación dominación co-constitutiva de la modernidad occidental y el fin de la política de identidad. *Solar* (141-171).
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas. Traficantes de sueños: mapas*.
- Forstenzer, N. (2019). Feminismos en el Chile Post-Dictadura: Hegemonías y marginalidades. *Revista Punto Género*, 34-50.
- Ganz, M. L. (2009). *What Is Public Narrative: Self, Us & Now*.
- Ganz, M., Cunningham, J.-L., Ezer, I.-B., & Segura, A. (2023). *Crafting Public Narrative to Enable Collective Action: Pedagogy for Leadership Development*. Academy of Management Learning and Education.
- Gargallo, F. (2012). *Feminismo desde Abya Yala*. Creative Commons.
- Gargallo, F. (5 de Diciembre de 2019). *Feminismos desde Abya Yala*. Obtenido de Gaceta UNAM: <https://www.gaceta.unam.mx/feminismos-desde-abya-yala/>.
- Grassau, D., Mujica, C., & Bruna, A. (2020). Distancias y afinidades interculturales melodramáticas entre doramas y ficciones locales según guionistas chilenos: el caso de Switched. *Comunicación y medios*, 29(42), (p. 16-29).
- Hayes, J. L., Britt, B. C., Evans, W., Rush, S. W., Towery, N. A., & Adamson, A. C. (2021). Can social media listening platforms' artificial intelligence be trusted? Examining the accuracy of Crimson Hexagon's (now Brandwatch Consumer Research's) AI-Driven analyses. *Journal of Advertising*, 50(1), (p. 81-91).

- Hernandez-Castillo, R.-Á. (2018). Reflexiones desde el Sur de Río Bravo. En R.-Á. Hernandez-Castillo, De *Feminismos y Postcolonialismos* (p. 97).
- Jenkins, H. (2014). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. In *Entertainment Industries* (pp. 145-160). Routledge.
- Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Le Blanc, M., & Odell, C. (2023). *Studio Ghibli: The Films of Hayao Miyazaki and Isao Takahata*. Oldcastle Books.
- Martinic, S. (1992). *Análisis Estructural: presentación de un método para el estudio de lógicas culturales*. CIDE.
- Martinic-Valencia, S. (2006). El estudio de las representaciones y el Análisis Estructural de Discurso. En M. Canales, *Metodologías de investigación social: Introducción a los oficios* (págs. 299-319). Ciencias Humanas.
- Montenegro, L. F. (2018, September). El feminismo se ha vuelto una necesidad: movimiento estudiantil y organización feminista (2000-2017). In *Anales de la Universidad de Chile* Vol. 14 (pp. 261-291).
- Rodríguez, C. (2018). *Mujeres y Desarrollo: de la crítica descolonial a los retos del Posdesarrollo*. Obtenido de Roots and Routes: Research on visual cultures: <https://www.roots-routes.org/mujeres-y-desarrollo-de-la-critica-descolonial-a-los-retos-del-posdesarrollo-de-celenis-rodriguez/>.
- Scolari, C. A., Jiménez-Morales, M., & Guerrero Pico, M. D. M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*. 2012; 25 (1): 137-163.
- Undurraga, R., & Cornejo-Abarca, P. (30 de Abril de 2021). Trabajadoras chilenas: identidades en cuestión. 4. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/459/45967708011/>.
- Velez Vieira, Cristina. (2023, Agosto 16). Extinto el Twitter, futuros posibles para la escucha digital. En *Lupa Digital: Justicia de Género* Substack del Inspiratorio/somos-puentes.org [<https://inspiratoriogenero.substack.com/p/extinto-el-futuros-posibles-para>].

MUNDO CULTURAL, SOCIAL Y POLÍTICO DE MUJERES URBANAS C3/D EN CHILE

COOPERATIVA CUARTO DE GUERRA
SANTIAGO, CHILE, 2023-24

MUNDO CULTURAL, SOCIAL Y POLÍTICO DE MUJERES URBANAS C3/D EN CHILE

COOPERATIVA CUARTO DE GUERRA
SANTIAGO, CHILE, 2023-24