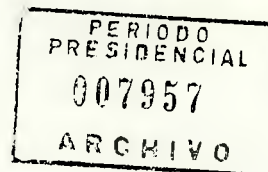


(APROX. 01/09/1988)

Patricio Aguirre

MEMORANDUM



LAS MUJERES FRENTE AL PLEBISCITO.

- Las siguientes apreciaciones son fruto de la revisión de las encuestas de opinión y de la realización de focus grupos con mujeres de sectores medios realizados esta semana. Estas primeras orientaciones se verán retroalimentadas a medida que se procese con más profundidad la información de encuestas y la experiencia de los grupos.

ORIENTACION GENERAL:

El problema central es el de las mujeres indecisas (31% vs. 24.6% de hombres). Según la encuesta de Abril de CIS, Las mujeres indecisas frente a una pregunta que investiga que situaciones podrían hacer que se inclinaran hacia el No no se encuentran mayores diferencias entre las respuestas de hombres y mujeres. Las pone en distintas situaciones de las diferentes situaciones que si o hacia el no, las mujeres no expresaron diferencia alguna respecto de los hombres. Por lo tanto el tratamiento del tema de las mujeres indecisas no varía en nada en los contenidos con respecto del mensaje que se dirija a los hombres. La particularidad de la campaña hacia las mujeres radica en el mensajero, el lenguaje, y el medio por el cual se trasmite el mensaje.

En general será conveniente que el mensajero por excelencia sea un líder, una cabeza a quien identificar con el conjunto de la oposición. En segundo lugar, deben haber figuras femeninas que permitan a las mujeres un proceso de identificación. El lenguaje debe evitar ideologismos y contenidos abstractos y ser concreto y directo. El medio para transmitir los mensajes debe incluir actividades de tipo civil y cultural. El puerta a puerta es bien visto por las mujeres de sectores medios de nuestros focus groups. Los desfiles, fiestas, presencia de mujeres en ferias y supermercados también. Explorar posibilidad de que sean entrevistadas en medios de prensa mujeres que están por el No.

QUE DICEN LAS ENCUESTAS:

a) posiciones:

- 1.- En general las mujeres se sienten más atemorizadas que los hombres y son un poco más pesimistas.
- 2.- Evaden sistemáticamente el conflicto y asumen posiciones conciliadoras y en busca de armonía (focus groups)
- 3.- Las mujeres son más partidarias del gobierno que los hombres en un porcentaje no muy grande

- 4.- Son menos opositoras que los hombres en un porcentaje importante
- 5.- Aunque son menos opositoras, son críticas (aunque menos que los hombres)
- 6.- Las mujeres que no son partidarias del régimen pero que no pasan a la oposición son un grupo importante que permanece indeciso.
- 7.- El problema de las mujeres que siendo partidarias del régimen no adhieren a la oposición es que no ven con claridad que significará el cambio de gobierno. Esto se asocia con su fuerte rechazo a situaciones de incertidumbre
- 6.- Este grupo indeciso sería "demócrata", pero no asume los costos del cambio necesario.

B) Apreciación de la política en general.

1.- Las mujeres señalan con más fuerza su desinterés por la política.

No se interesan "nada" en política según encuestas:

Ced-Flacso. Octubre 1986: mujeres 54% hombres 38.0%

CIS. Noviembre 1987: mujeres 52.9% hombres 45.4%

Este desinterés tiene que ver con la política entendida como actividad, como tema principal o como preocupación más sentida. No se trata de un desinterés al entender la política como la responsabilidad de votar y tener una opinión. Esto quedó manifiesto en los grupos motivacionales cuando las mismas mujeres que afirmaban que la política les da "mucha lata", al preguntárseles si las mujeres tenían opinión o si la política era cosa de hombres, señalaron vigorosamente que sí tenían interés, que la política no era exclusivamente masculina, agregando, "las mujeres también votan".

C) evaluación de la gestión del gobierno y temas más relevantes para la mujer.

1.- Las mujeres a ser interrogadas sobre diferentes materias optan en un porcentaje mayor que los hombres por opciones "no sabe", "no responde". Este aumenta considerablemente en materias económicas "abstractas" (deuda) o en cuestiones de política y libertades. En materias de pobreza, costo de la vida, atención de salud las mujeres opinan de manera similar a los hombres.

2.- Sus opiniones son levemente menos críticas que los hombres pero las diferencias no son significativas sino en términos de la radicalidad. Las mujeres prefieren opciones como "más o menos" o "Mal" mientras que los hombres van más directamente a opciones "mal" y "muy mal".

3.- Las mujeres son más críticas sobre los temas de desorden social, delincuencia, drogas y alcoholismo y derechos humanos. Lo son, en estas materias, levemente más que los hombres.

En conclusión hay una manera, un lenguaje y una actitud política convincente para las mujeres que se refiere a cuestiones concretas relativas a los problemas que son para ellas más importantes.

1.- El problema central:

a) El problema clave es el conjunto de mujeres indecisas. Según la encuesta Cis, Abril 1988, 31.9 contra 24.6 en los hombres.

Suponemos son dueñas de casa, preferentemente. Ellas asocian al cambio de gobierno con incertidumbre e inestabilidad lo que es atentatorio contra sus necesidades de seguridad familiar.

b) No ven en la oposición ese centro "enérgico y segurizante" necesario para creer que de ganar el no alguien se va a hacer cargo, sin que ello conlleve rupturas drásticas.

c) Hay que desdramatizar el plesbicitito sin quitarle contenido. Recordar que los cambios de gobierno son posibles sin enormes costos.

d) Hay que garantizar un post plesbicitito sin grandes conflictos, ser preciso al respecto. La perspectiva de cambios radicales atemoriza. Ser exactos en las materias y los procedimientos de los cambios que se desean. En concreto, aclarar cambios a la constitución y procedimientos para consituir un gobierno democrático.

e) Las mujeres expresan más temor que los hombres. Uno de sus temores es que el resultado sea un empate 50-50 que lleve a un enfrentamiento. Ofrecer garantías.

f) Hay que ofrecer a las mujer "Un padre", una figura creíble sobre la que puedan depositar confianza.

g) Hay que mostrar personas. Hombres y mujeres que las interpielen en sus intereses y en su lenguaje, concreto. En especial deben haber figuras femeninas.

Las mujeres tienen conciencia de haber visto "señoras" haciendo trabajo casa a casa, respetan eso. Movilizar más de estas actividades.

h) Actos de mujeres, desfiles, entrega de panfletos en la feria, son cosas que las mujeres recuerdan y usan como argumento para señalar la participación de las mujeres en política. Que vean a mujeres, como ellas dicen, "señoras" (gente decente y respetable) haciendo actividad política opositora, es muy importante.

i) Para las mujeres más que para los hombres es importante creer que su opción va ganando, asegurar su voto.

j) Si bien no hay datos por estrato, habría evidencia de que grupos menos educados (básica incompleta), o sea de estratos bajos, son grupos críticos. Organizar gran campaña puerta a puerta de mujeres hacia mujeres en poblaciones.

2.- Respecto a las mujeres de sectores medios indecisas o opositoras.

Expresan actitudes modernas, se sienten y desean igualdad, participación plena (Focus groups). La oposición debe hacerse cargo de los problemas de la mujer propiciando una incorporación real. Este es un discurso que tiene acogida e interés.

Dirigirse a la madre y también a la trabajadora, a la mujer que hace cursos, talleres, que busca horizontes.

IDEAS CLAVES: -Levantar una cabeza, un líder
-Garantizar la situación post-plebiscito
-Que se vean mujeres trabajando por el No en la calle: desfiles, fiestas, actividades de barrio, puerta a puerta.