

# Uso del material gráfico para la atención presencial en las OIRS de los Servicios de Vivienda y Urbanización

## Informe Final V2

ID 587-35-LE17

Ministerio de Vivienda y Urbanismo

Santiago, enero 2018



1.0	RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2.0	ALCANCES Y COMPONENTES DEL INFORME .....	7
3.0	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	8
3.1	Antecedentes generales.....	8
3.2	Metodología .....	10
3.2.1	Marco metodológico .....	10
3.2.2	Objetivos del Estudio .....	11
3.2.3	Técnicas Recolectivas .....	12
3.2.4	Plan de análisis .....	13
4.0	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	16
4.1	Grupo Traductores .....	16
4.2	Grupo Interesados.....	23
4.3	Grupo Creadores.....	28
4.4	Recomendaciones .....	32

## 1.0 RESUMEN EJECUTIVO

Con el presente informe culminamos el desarrollo del Estudio “Evaluación Uso Material Gráfico de apoyo a la atención presencial en oficinas OIRS Serviu”. Los dos informes de avance anteriores, tanto el de acuerdos operativos, como el informe que da cuenta del levantamiento en terreno y los primeros análisis de la información levantada, completan el panorama de este estudio.

Esta consultoría comenzó a ejecutarse el 18 de agosto del presente año junto con la firma del contrato. Continuó con la reunión técnica para establecer los acuerdos de programación, segmentación de grupos, pautas de entrevistas, criterios de elegibilidad y determinación de las cuotas mínimas de asistentes. Posterior a ello se desarrolló el trabajo de levantamiento en terreno, para concluir con el procesamiento y análisis de la información.

Los grupos focales y las entrevistas se realizaron entre el 6 de septiembre y el 13 de octubre del presente año. Se entrevistó a un total de 45 personas, entre funcionarios y ciudadanos, en 8 entrevistas y 7 grupos focales, ejecutando la totalidad de las sesiones planificadas. El único contratiempo fue generado por las sucesivas postergaciones de la sesión con la DPH pedidas por su jefatura.

Los grupos objetivo de esta investigación se clasificaron como Creadores, Traductores e Interesados. Fueron incluidos como Creadores los funcionarios de nivel central participantes del flujo de trabajo que produce el material gráfico; como Traductores los jefes de las Oirs, en representación del equipo que atiende público; y finalmente los Interesados, donde se incluye la opinión del ciudadano que asiste a la oficina en busca de información.

Las sesiones se realizaron a nivel central en las oficinas de la DPH, SIAC y Comunicaciones. En tanto, a nivel de Oirs, las sesiones se efectuaron en las oficinas de Santiago, Melipilla, Curicó, Concepción, Angol y Temuco. Cada sesión fue registrada en audio y video y generó una transcripción de la conversación y un informe individual por sesión.

El procesamiento y análisis previo de cada entrevista, fue abordada de modo de conocer en primera instancia el impacto del relato, examinar el grado de relevancia del discurso y obtener una primera revisión de las categorías. Este análisis individualizado por sesión forma parte del segundo informe de avance de este estudio.

El informe que ahora nos ocupa, complementa con las conclusiones y recomendaciones finales, consolidadas como Traductores, Interesados y Creadores, los grupos objetivo de este estudio.

## I. Grupo Traductores

- El folleto es una herramienta de trabajo para el funcionario OIRS, funciona como guía, apoyo o índice del relato que caracteriza la entrevista cara a cara.
- El contenido se asocia a un manual o instructivo, por ello se valora el lenguaje sencillo, preciso e instruccional.
- Alto valor al folleto regional o local, debido a que recoge las necesidades y la identidad de los usuarios.
- La explicación basándose en el folleto regional o local, favorece la comprensión del mensaje y aclara confusiones que se dan desde el nivel central, especialmente sobre los montos de los subsidios y su relación con la zona geográfica
- Se valora la calidad y durabilidad del folleto, ello le otorga “larga vida” permitiendo que este se lea y discuta en distintos momentos del día a día y por distintos miembros de la familia. Ayuda a la aclaración de dudas, muchas de ellas se despejan en el seno familiar o de mayor intimidad.

## II. Grupo Interesados

- La entrevista con el equipo de funcionarios de la OIRS es esencial para comprender la información general acerca de la postulación y asignación de subsidios.
- El folleto “en casa” es una herramienta que favorece la discusión familiar y la toma de decisiones entre las personas que se verán posteriormente impactadas con la postulación y/o asignación del subsidio.
- En conformidad general con el folleto, especialmente valorado el folleto regional porque rescata la identidad del usuario, en gustos, necesidades y estilos.
- Diseño de folleto con facilidades de lectura tanto para la tercera edad como con personas con dificultades de lecto-escritura.
- El lenguaje técnico o especializado es una barrera para comprender a cabalidad el modus operandi asociado al subsidio habitacional
- Se sugiere una gráfica colorida, con ilustraciones, separadores y otros indicativos de los pasos o secuencias a seguir.

### III. Grupo Creadores

- Están alejados a la aplicación del diseño del folleto, si bien reconocen que pueden hacer observaciones, no ponen mayor énfasis en ello.
- El folleto empleado hoy en día es de mejor calidad que el folleto de años anteriores, se desprende el proceso de mejora continua en este aspecto.
- La principal complejidad está en el uso del concepto unidad de fomento, esta terminología deriva en confusiones y causa incertidumbre frente.
- Como centro del relato sitúan el ciudadano, ya que este se caracteriza por ser el motivo por el cual se constituye una norma.
- Sugieren la incorporación de evaluación a partir del usuario final y la incorporación del contexto regional.

## 2.0 ALCANCES Y COMPONENTES DEL INFORME

El presente documento corresponde al Informe Final exigido en las bases de licitación donde se presentan los resultados del estudio. Con él se cierra el proceso de análisis comprometido y se da cumplimiento a los objetivos generales y específicos y a las observaciones planeadas por la contraparte técnica del Minvu, respecto a la orientación de este último informe, en sesión de trabajo del día miércoles 29 de noviembre del 2017.

En esta entrega se anexan todos los registros de verificación del proceso de levantamiento de información, esto es, audios y videos de las sesiones desarrolladas.

Este Informe incluye las siguientes partes:

- a) Antecedentes del estudio.
- b) Resumen Ejecutivo.
- c) Presentación de Resultados, incluyendo recomendaciones.

Componen esta entrega los siguientes documentos y registros:

- a) Impresos:
  - i. Informe final
- b) Digital:
  - i. Informe final en archivo Word
  - ii. Informe final en archivo Pdf
  - iii. Primer Informe
  - iv. Segundo Informe
  - v. Anexos
    - i. Audios de sesiones en formato mp3, wav, m4a.
    - ii. Videos de sesiones en formato mts, mp4.
    - iii. Transcripciones de sesiones en formato Word.

### 3.0 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

#### 3.1 Antecedentes generales

El MINVU ha implementado, a partir del año 2012, un modelo estándar de atención presencial. Dicho modelo incluye, entre otros aspectos, procedimientos de atención que contienen el uso y entrega de material gráfico de apoyo a la resolución de consultas ciudadanas.

El material gráfico de apoyo es diseñado, tanto en su aspecto como en su contenido, por la Subsecretaría de Vivienda y Urbanismo Nivel Central y una vez impreso es despachado a regiones para su utilización en cada una de las oficinas de nuestra red.

La red de oficinas de atención presencial MINVU está constituida por 50 puntos ubicados en todas las regiones. La realidad de cada una es variada y el tipo de público que recibe es diverso respecto de su perfil y de las necesidades habitacionales que presentan. Una oficina ubicada en una capital regional recibirá un número mayor de público y un porcentaje menor de consultas por beneficios aplicables a sectores rurales (esto no puede generalizarse para todos los casos, pero es una tendencia). Asimismo, una oficina provincial, tendrá una atención más personalizada, debido a que el número de usuarios es menor, y hará un acompañamiento orgánico a lo largo de todo el proceso de obtención de una solución habitacional.

Según el manual de estándares para oficinas de atención presencial, es posible clasificarlas de acuerdo al número de personas que atienden mensualmente. Esta clasificación las distribuye en pequeñas, medianas y grandes.

OIRS grandes	OIRS medianas	OIRS pequeñas
<ul style="list-style-type: none"><li>• De 2.676 a 5.350 atenciones mensuales*.</li><li>• Más de 10 ejecutivos de atención.</li><li>• 2 oficinas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• De 670 a 2.676 atenciones mensuales*.</li><li>• 5 ejecutivos de atención en promedio</li><li>• 18 oficinas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• De 0 a 669 atenciones mensuales*.</li><li>• 3 ejecutivos de atención en promedio.</li><li>• 30 oficinas</li></ul>

\*Según el Manual de Estándares constructivos, accesibilidad y señalización de Oficinas de Atención Presencial OIRS. Versión 6.0 - 2015



Con este criterio, la siguiente tabla muestra cuántas oficinas pertenecen a cada tamaño según región de ubicación.

Tabla: Oficinas por Región

Región	N° Oficinas grandes	N° Oficinas medianas	N° Oficinas pequeñas	N° total de oficinas
Arica y Parinacota		1		1
Tarapacá		1		1
Antofagasta		1	3	4
Atacama			2	2
Coquimbo		1	2	3
Valparaíso		1	5	6
Metropolitana	1	2	2	5
O'Higgins		1	3	4
Maule		3	3	6
Biobío	1	2	1	4
Araucanía		1	1	2
Los Ríos		1	1	2
Los Lagos		2	3	5
Aysén			3	3

Dada la diversidad antes mencionada, es necesario revisar los materiales gráficos que apoyan la atención presencial, en el sentido de verificar si constituyen un apoyo significativo a la entrevista y la claridad de la respuesta, así como también si dichos materiales se ajustan a la realidad regional y provincial que les corresponde atender.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta de Satisfacción de Usuarios SIAC (CEHU: 2016), el 30% de las oficinas no entrega material informativo en su atención. Es necesario, por tanto, profundizar en las razones de dicha omisión procedimental, para generar las mejoras y ajustes que den valor a la práctica de complementar la información entregada con materiales gráficos.

Por otra parte, el 20% de los usuarios declaró no haber resuelto su consulta con la información recibida. Si bien esto puede deberse a una serie de factores, es necesario evaluar el impacto que tiene la entrega u omisión del material informativo en esta percepción.

## 3.2 Metodología

### 3.2.1 Marco metodológico

El estudio que a continuación se detalla se inscribe dentro del concepto de una Investigación cualitativa. Asumir el enfoque de investigación cualitativa, habla de aceptar como punto de partida de la investigación el reconocimiento del carácter reflexivo de determinado proceso investigativo. Reflexión que consigue el investigador formando parte del mundo social que estudia, accediendo a las distintas categorías de estudio de forma fluida y tantas veces como su posterior análisis lo requiera. El trabajo con el diálogo reflexivo destraba supuestos sobre el sentido de realidad de una persona, quien arma dicho diálogo a partir de las realidades que conoce o de las que reconoce. Esta condición permite al investigador, acercarse al fenómeno de estudio guiado por lo casual, lo cotidiano o el acontecimiento real, a partir desde donde es capaz de elaborar un concepto y una serie de conceptos que le permiten entregar una línea teórica robusta y confiable.

El enfoque cualitativo se refiere a la investigación que produce datos tanto descriptivos como exploratorios, considerando a las personas en el marco de referencia de ellas mismas. Una investigación cualitativa enfatiza la subjetividad, los significados y las relaciones que se generan en el proceso de la investigación.

Este tipo de investigación busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Considera un proceso activo y que se apoya en las experiencias y en la convicción de que las tradiciones, roles, valores y normas del ambiente en que se vive se van internalizando poco a poco y generan regularidades que pueden explicar la conducta individual y grupal en forma adecuada. En efecto, los miembros de un grupo, cultura o situación, comparten una estructura lógica o de razonamiento que, por lo general, no es explícita, pero que se manifiesta en diferentes aspectos de su vida. La virtud de este enfoque radica en el discurso subjetivo, el que supone la participación del sujeto, haciendo hincapié en la conexión hacia la autorrevelación, donde la percepción se ve ampliada por la emocionalidad que requiera agregar el entrevistado. El “entendimiento en profundidad” se caracteriza por llegar a cuatro niveles. En un primer nivel, se ubica la información que es admitida por el entrevistado a modo de dato, pudiendo en algunos casos ser meramente descriptiva; en un segundo nivel nos encontramos con las autorrevelaciones referidas a información de entendimiento, es decir, cuando las intenciones conscientes pueden ser entendidas por el entrevistado-actor. El siguiente nivel aparece cuando, a lo ya mencionado, el entrevistado le agrega contenido inconsciente, expresado como un evento

de autorrevelación y, finalmente, cuando el observador puede darse cuenta que el actor se comporta o manifiesta como si ciertas cosas fueran subentendidas, basando su comportamiento en consideraciones tan claras que ni siquiera piensa en ellas, simplemente las vivencia.

Finalmente, quien opta por la investigación cualitativa asume que la realidad es múltiple, dinámica y global, y que se construye a través de procesos de interacción. La investigación cualitativa se basa en el supuesto de que cualquiera sea el ámbito donde se recolecten los datos, el investigador sólo podrá llegar a una real comprensión si los sitúa en un contexto social e histórico.

### 3.2.2 Objetivos del Estudio

Los objetivos del estudio se mantienen sin modificación. Se entregan antecedentes

#### *Objetivo General*

Revisar y analizar el uso del material gráfico utilizado como complemento para la atención presencial y en terreno en las Oficinas de Informaciones, Reclamos y Sugerencias, OIRS, de los SERVIU de las ciudades de Angol, Curicó, Temuco, Concepción, Santiago y Melipilla, para identificar, debilidades, fortalezas y oportunidades de mejora en la utilidad del material señalado.

#### *Objetivos Específicos*

- a) Identificar las fortalezas y debilidades del material gráfico utilizado en las OIRS, en cuanto a su contenido, uso y utilidad, en opinión de los actores de la subsecretaría de Vivienda y Urbanismo, nivel central, que participan en su elaboración.
- b) Identificar las fortalezas y debilidades del material gráfico que observan los(as) funcionarios(as) OIRS respecto a su contenido, uso y utilidad.
- c) Identificar la utilidad del material gráfico de acuerdo a las percepciones de los usuarios de las oficinas OIRS.
- d) Identificar si los materiales gráficos entregados en la OIRS se ajustan a la realidad de los distintos territorios.
- e) Generar recomendaciones para el mejoramiento del material gráfico en función de los resultados del estudio.

### 3.2.3 Técnicas Recolectivas

Esta investigación utilizará 2 instrumentos o técnicas de producción de información cualitativa: i) El Grupo Focal y ii) La Entrevista en Profundidad o Semi-estructurada.

#### *Grupo Focal*

El Grupo Focal constituye una técnica cualitativa de recolección de información que se basa en la entrevista grupal, semiestructurada y realizada a grupos homogéneos pertenecientes y representantes de ciertos grupos pre-definidos a estudiar. Tiene como objetivo la búsqueda de significados o tendencias discursivas potentes que permiten la interpretación de fenómenos ocultos a la observación de sentido común. El grupo focal se estructura en torno a ciertos tópicos claves de discusión. Ello implica que el grupo de personas seleccionados discuten y elaboran, desde la experiencia personal, un tema que tengan en común.

La técnica tiene como ventaja traer a la superficie similitudes y diferencias entre el discurso de los participantes y las variantes en sus réplicas, ello como una forma de obtener las significaciones que existen detrás de las opiniones dadas en el grupo. Adicionalmente permite conocer de forma rápida y participativa la opinión y percepción que tienen las personas acerca de una situación o de un discurso socialmente establecido.

#### *Entrevista Semi-Estructurada*

La entrevista en profundidad plantea una relación asimétrica entre entrevistador y entrevistado, ya que el entrevistador es quien sugiere los temas de conversación que poseen puntos referenciales de inicio y término, situación conocida como narrativa de situación controlada. Por lo mismo, este formato de entrevista requiere de una cuidadosa preparación y realización. El investigador cuenta con dimensiones temáticas para abordar la dinámica durante la sesión de entrevista, y emplea una pauta base que le permite viajar de una dimensión a otra según le sugiera su propia experiencia y la habilidad entrenada para buscar en la narrativa aquello que quiere ser conocido, focalizando la conversación en torno a cuestiones precisas.

La gran virtud de esta técnica radica en el vínculo que se forma entre entrevistado y entrevistador, dada su condición de nexo cara a cara, esta dinámica resulta vital al momento de concluir en el análisis, donde se deja entrever la riqueza del respondente, la confianza para expresar su saber y por sobre todo su sentir frente a las temáticas pertinente para el estudio.

### 3.2.4 Plan de análisis

En su propuesta técnica la Consultora presentó dos alternativas de plan de análisis. Uno basado en Teoría Fundada y el otro Etnometodológico. La contraparte técnica resolvió la aplicación del análisis etnometodológico. A continuación, un resumen del método de análisis aplicado.

El análisis de la información procedente de las técnicas conversacionales se sustenta en lo que se conoce como análisis de los discursos emergentes y subyacentes, teniendo como objetivo la extracción de los significados referidos por los entrevistados y que sean útiles para los objetivos mayores de la investigación. En la operativa del análisis de las herramientas conversacionales, se distinguen a lo menos cuatro momentos de lectura y, por ende, de aproximación del entrevistador con el respondente, este proceso es de permanencia y posee una dinámica que va dentro del mismo relato, en la paralela de los relatos y en la comparativa verificadora del relato con el documento o registro de segundo orden. En este ejercicio, el entrevistador consigue una primera aproximación al discurso gracias a su experiencia intuitiva, la que le permite atisbar el hilo conductor del relato en su totalidad. Luego se plantean los bloques investigativos para manejar su encuadre dentro del relato, ejecutando distinciones entre los temas o códigos centrales y sub temas o subcódigos de análisis, de este modo se consigue la estructura de los discursos explícitos y al ir visualizando posibles conexiones, aparecen aquellos latentes o sinérgicos (que dan lugar a otros). Una vez que esta estructura se encuentra armada, le sigue el análisis contextual de la narrativa, es decir la vinculación entre lo dicho y el contexto en el que se dice. Una vez que se tiene la panorámica de cada relato, le sigue la lectura relacional o el análisis de los discursos paralelos. Esta vez se buscan relaciones existentes, buscando definir mapas conceptuales o de redes que contribuyan al esquema general, develando los principales puntos de giro, de encuentro o alianzas y los principales puntos de conflicto o de criticidad.

#### *Diseño del análisis*

El plan de análisis que nuestra consultora ha estimado oportuno, se basa en una estrategia abierta, de carácter exploratoria descriptiva-explicativa. La apertura en la línea de las impresiones levantadas desde los entrevistados, permite elaborar significados de acceso a tópicos subyacentes o asociados con mayor o menor grado de encubrimiento o de sorpresa, esta mirada de mayor profundidad, sería imposible de conseguir empleando una estrategia de análisis rígida o pre-acondicionada. Para acceder desde distintos ángulos a la construcción y deconstrucción del relato, nuestro equipo presenta dos capas analíticas. La

primera, con carácter de reporte, es el primer análisis que realiza el especialista, destaca los aspectos sobresalientes y entrega las primeras líneas explicativas y asociativas del relato (indaga en la descripción que hace el entrevistado y en asignaciones valóricas simples), las líneas concluyentes son amplias y sugieren los diferentes ángulos a profundizar una vez que se lleve a cabo el análisis de segunda capa. De modo tal que cada intervención analista- entrevistados(s) será consignada en un Reporte individualizado de la aplicación. La segunda capa de análisis busca indagar en las tendencias potentes, recurrentes y de mayor profundidad de análisis y asignación valórica (indaga en la explicativa que hace el entrevistado y en la asignación de valores personales). En esta capa, el analista busca las líneas discursivas que entrelazan la totalidad de los discursos según la segmentación o pertenencia asignada, ello con el fin de construir un discurso único.

### *Unidad de Análisis*

La unidad básica sobre la que aplicaremos la técnica de análisis mencionada, serán los elementos discursivos que se encuentran contenidos, en los relatos de vida y en las entrevistas desarrolladas en el transcurso de este estudio. Estos elementos discursivos se encuentran en dos construcciones básicas: a) Párrafos: Secciones del discurso que se refiere a un eje temático específico o que representan a los interlocutores logrando consenso o disenso y b) Oraciones: unidades del discurso que permiten desarrollar un análisis lingüístico, en esta oportunidad básicamente se trabajará en base al párrafo. Una vez identificados los nodos y las unidades con información relevante, se seleccionará la información según contextos y relación con los objetivos de este estudio para hacerla más abarcable y manejable. Las tareas de reducción de datos constituyen procedimientos racionales que habitualmente consisten en la categorización y codificación; identificando y diferenciando unidades de significado. También, la reducción de datos supone seleccionar parte del material recogido, en función de criterios teóricos y prácticos determinados por los objetivos, y que permitan el análisis etnometodológico en coayuda con otras posturas teóricas que describan el mejor uso de la información.

### *Inducción analítica*

En la inducción analítica los conceptos se utilizan como sensibilizadores. Este proceso permite al investigador un ida y vuelta de la teoría a los datos y de estos nuevamente a la teoría, modificando esta última toda vez que sea necesario a la luz de un nuevo dato. Los objetivos de la investigación serán la guía central para identificar la dinámica de los discursos y nos permitirá, como decíamos anteriormente, poner a prueba la experiencia

del analista para detectar aquellas narrativas centrales, de alianza o de conflicto en la construcción de la historia completa. En la inducción analítica, el análisis de datos empieza a medida que el dato está siendo recogido; es tentativo y provisional a lo largo del estudio y solamente se transforma en comprensivo una vez que -los datos- se recolectan completamente. Inicialmente, el dato es usado solamente para especular sobre posibilidades que podrán ser descartadas o modificadas antes de que la investigación sea completada. Con los discursos deconstruidos y con la identificación previa de los nodos de información relevante y con la selección de párrafos y oraciones, se dará un orden lógico a la data usando como medio de contraste los objetivos de la investigación. La aplicación de la herramienta para conocer y evaluar desde el rango de la construcción valórica, la experiencia o el cambio más significativo asociado a alguna acción propia del evento o situación a analizar se trabaja con un análisis inductivo, tal como se explicó recientemente. En cuanto al análisis de las narrativas y registro de matrices de códigos, estos se procesarán de manera independiente, utilizando software ATLAS. Ti, última versión.

El método biográfico (Meneses y Cano, 2008) es una técnica estructural y cualitativa que tiene como fin el conocer la manera en que los sujetos crean, recrean y reflejan el mundo social que les rodea a través del tiempo y los ciclos de vida anexados o derivados de él. Desde esta perspectiva es interesante porque permite al investigador conocer el mundo social y los cambios culturales y societales bajo la mirada narrativa e interpretativa de cada persona entrevistada.

Para el logro de los objetivos planteados en el Estudio, se empleará como técnica la Historia de Vida (Life History, Denzin N, 1970) es decir la narrativa tal cual la cuenta la persona que la ha vivido. Sin embargo, y dependiendo de la disposición de las personas contactadas, se emplearán algunos estilos descriptivos y analíticos del Relato de Vida (Life Story, Denzin N, 1970), puesto que además de contar con los propios relatos, se solicitará información documental tal como fotografías, datos en fechas, registros internos o encubiertos de la experiencia social de la respondente. Esta práctica permite la Triangulación metodológica ya que se llevará al análisis, documentos que la entrevistada considere ejemplificadores o recurrentes en su relato y que puedan aportar en la verificación o contrastación de la información referenciada.

Al finalizar el pool de entrevistas, la base de datos investigativa permitirá contar con relatos paralelos que podrían entregar un panorama agrupado según criterios relevantes para la investigación (Funes y Romaní, 1985), como tal y en caso de ser necesario, en ciertos casos podrían ser necesarias dos o más sesiones de entrevista.

## 4.0 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Las conclusiones que se muestran en este documento, responden a la aplicación de 8 entrevistas directas y semi estructuradas y 7 grupos focales a usuarios, creadores y traductores del material gráfico empleado por el Ministerio de la Vivienda a través de la unidad OIRS.

El análisis de la información obtenida como parte de este levantamiento cualitativo se analizó empleando una técnica simple de análisis del discurso desde una perspectiva etnometodológica.

### 4.1 Grupo Traductores

Para el grupo de traductores, la información se analizó considerando dos ejes discursivos, según lo propuesto en las pautas de entrevista, a saber: a) análisis de lo real y b) expresión de un ideal. En cuanto al primer eje discursivo, la entrevista se encausó para conocer y relevar aspectos de aplicación y uso real del material gráfico, sondeando en: forma y profundidad de uso, brechas de mejora y existencia de adecuaciones locales o regionales. Luego, dentro del segundo eje discursivo, se sondearon variantes que permitiesen relevar aspectos asociados con utilidad, contenidos y diseño del folleto, a partir de un escenario sugerido por el entrevistado y que incluya la propia experiencia de la labor y el uso cotidiano con el material.

Cabe señalar que, la disposición a la entrevista fue, en general, favorable e inmediata. Si bien en algunas localidades la recepción fue más explícitamente amable que en otras, esta variable no impactó en la profundidad y agilidad para las respuestas, así como tampoco en los tiempos destinados para responder a este proceso.

#### *Primer Eje discursivo: Análisis de lo Real*

Se da inicio a la entrevista, consultando a los encargados su opinión respecto del material gráfico nacional que se entrega por la oficina a los usuarios. Si bien, todos inician la sesión de conversación opinando sobre este, prontamente derivan a manifestarse acerca de su propia confección. En general no existen elementos en el discurso que lleven a concluir que los entrevistados prefieran un material por sobre otro. Sino más bien, con la complementariedad de ambos, en el relato se muestra claramente cómo podrían contener niveles distintos de información, siendo la característica del material regional, los acontecimientos o características locales de etnia, geografía, densidad, por mencionar



algunas. Idealmente, ambos folletos debiesen contar con la misma calidad de materialidad, esto se menciona siempre como una característica valorada.

Según lo mencionado por este grupo de entrevistados, la función del material gráfico de distribución nacional, lo concibe básicamente, como un elemento de apoyo a la gestión de los funcionarios, especialmente como un aporte gráfico que entrega detalles y precisiones que durante la entrevista pudiesen ser olvidadas por el funcionario, quien tiene la misión de relacionarse de forma directa con el usuario. Dichas precisiones cobran valor post consulta en oficinas, permitiendo además iterar en aquellas explicaciones y aspectos que pudiesen requerir más tiempo para ser comprendidos. Considerando esta mirada, el material gráfico también cumple funciones de apoyo para que el funcionario guíe su relato y encauce la conversación hacia los aspectos importantes o prioritarios en la entrega de la información; desde esta perspectiva, los entrevistados le consignan valor funcional de ayuda o guía para el usuario en cuanto al qué decir o los temas de debiese contener.

“Un apoyo, porque con el alto flujo de personas y la cantidad de funcionarios que tenemos, hay que explicarle en 15 minutos aproximadamente todo el programa habitacional e incluso más de uno al usuario” (Entrevista Jefe Oficina Oirs Traductor Santiago Centro, 2017).

“El material que se entrega refuerza lo que nosotros le comentamos a las personas cuando vienen a su atención personal, es como una ayuda memoria...” (Entrevista Jefe Oficina Oirs Traductor Concepción, 2017).

“Es un instrumento para nosotros, sobre todo en los trabajos en terreno nosotros hacemos mucho terreno y lo usamos mucho” (Entrevista Jefe Oficina Oirs Melipilla, 2017).

“nos sirve para que se lo lleven de respaldo y ellos en sus casas con más tiempo puedan revisarlo” (Jefe Oficina Oirs Traductor Santiago Centro, 2017).

Junto con considerarlo como material de apoyo, los entrevistados concuerdan en describir la complejidad de los conceptos empleados, sugiriendo un re acomodo de la presentación de la información e idealmente una revisión de los conceptos empleados a fin de evaluar una posible forma de simplificarlos. Vale mencionar que todos los entrevistados coinciden al plantear que el lenguaje técnico de la Política Habitacional dificulta la comprensión del texto; sin embargo, durante su entrevista, insisten en la posibilidad de simplificar o aclarar el contenido técnico. El folleto nacional se pondera positivamente -aún cuando se le reconozcan términos conceptualmente complejos- se entiende como un canal tangible que

acerca a la ciudadanía la temática de los subsidios en el país.

“lo que yo sí creo y a veces lo he compartido con mi equipo e incluso algunos usuarios es que yo la separaría sobre todo el decreto 1, los títulos. porque los títulos como están juntos en la misma tabla se tienden a confundir a las personas o a veces nos pasa que le hemos entregado una información incluso destacándole el tramo al que postulan y se van a sus casas y en sus casas lo comparten con sus familiares y luego llegan preguntando “pero mire, ¿y este otro?” (Entrevista Jefe Oficina Oirs Melipilla, 2017).

Finalmente, y como una función derivada o secundaria, los entrevistados declaran que tanto el material nacional como aquel material confeccionado a nivel regional o local, aportan como elementos gráficos de uso permanente especialmente en el seno familiar o con personas de cercana influencia. La instancia de la conversación cercana o íntima acerca de la postulación al subsidio, se muestra como un comportamiento recurrente y propio del tipo de usuario que se acerca a las oficinas de OIRS para solicitar información.

“yo creo que siempre en la vida hay que ir mejorando, siempre hay que ir cambiando y yo por experiencia lo sé por lo tanto yo creo que uno nunca va a llegar a lo ideal” (Jefe Oficina OIRS Temuco 2017).

La opinión acerca del material gráfico elaborado a nivel local, siempre es favorable, ello porque es producto del conocimiento concreto y situacional de los profesionales del servicio, rescata el valor por sus coterráneos y por sus costumbres. Se sugiere homologar la calidad del material, pero conservar las particularidades que proporcionan comodidad y agudeza a la información que se entrega en cada oficina o eventos de terreno a lo largo del país.

En resumen, durante el análisis se desprende que la percepción general que los entrevistados tienen acerca del folleto de circulación nacional es en tendencia favorable, destacando la calidad en los materiales con que está elaborado. También hay que agregar que la opinión que se declara respecto de los contenidos es positiva, concuerdan con los temas que aborda y los énfasis que se les da; a pesar de ello, esta opinión también se amplía el momento de mencionar aspectos de mejora del folleto nacional, tal como se planteará a continuación.

“... trae la información de los requisitos fundamentales que tiene que tener para poder acceder a un programa, los beneficios que tiene, que es lo que viene a preguntar toda persona. Cuáles son los requisitos para poder postular entonces, este material por lo

menos recoge eso, lo mínimo. De tener los requisitos fundamentales para que las familias puedan postular” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Angol, 2017).

A ojos del análisis, es posible presuponer que, las falencias de fondo y forma que pudiesen percibir en el folleto nacional, se complementan con lo descrito en el folleto local, recordando que éste se caracteriza por el detallismo y la particularidad zonal de lo informado.

### *Segundo Eje Discursivo: Expresión de un Ideal*

Este eje describe principalmente las menciones que se analizaron a fin de agrupar fortalezas que permitan proyectar un material que recoja las mejores y más adecuadas estructuras para conseguir informar a la ciudadanía acerca de la postulación a subsidios del Estado. Considera además aquellas declaraciones que se dijeron con el objetivo de modificar o re acomodar algunos de los contenidos comunicacionales del folleto, sea esto en fondo o en forma.

Dentro de el análisis de las entrevistas aparece de forma reiterada la mención espontánea a la propia folletería, excluyendo -como se dijo anteriormente- a la entrevistada de la localidad de Melipilla. Ello motivó a los entrevistadores a precisar acerca del objeto del relato, intencionando la diferenciación entre el material de uso nacional y el de uso local o zonal.

Los datos que se obtienen de este eje son significativamente similares a lo obtenido en el eje de la situación real. No existiendo mayores sugerencias en cuanto a abordar otros temas o a implementar innovación en la forma de mostrar la información. Se declaran algunas recomendaciones sin mayor eco en el discurso; para fines prácticos se mencionan en este informe, pero se recomienda cruzar esta información con aquella propuesta por el grupo de usuarios.

La utilidad ideal que los, entrevistados piensan para el material gráfico se construye bajo el modelo de la complementariedad de folletos; esto considera mantener el folleto nacional con las indicaciones “más técnicas” que entregue la información que el servicio considere oportuna y adecuada, sugiriendo el replanteamiento constante de una forma de escribir y ordenar los datos sencilla, aclaradora y explicativa. Para el folleto regional o local, se piensa en establecer oficialmente este proceso de diseño, que considere la opinión de los funcionarios de cada localidad y recoja la elaboración oficial de los temas y énfasis de que debería tener según zona geográfica. En estos casos, pesa la consideración por un diseño

de poca lectura , basado en símbolos o diagramas que ayuden a la comprensión de los sectores que muestran mayor dificultad para la comprensión, especialmente en zonas con población rural.

“nosotros atendemos mucha gente del área rural y lo otro que ha habido un aumento notorio de los adultos mayores ... a ellos les cuesta entender, si no vienen acompañados por alguien ... y de hecho tratamos de hacerlo con letras más grandes que sea más sencillo y simple para que lo entiendan” (Entrevista Jefa Oficina OIRS Temuco, 2017).

“nosotros les explicamos a la gente cuánto es el monto del ahorro según el título que postula; le damos inmediatamente abajo, según el título, cual es el monto del subsidio; en el mismo recuadro le indicamos hasta el porcentaje de registro según el título, y más abajo ya están los requisitos generales, que es la fotocopia del carnet, la cartola de la cuenta, y se los marcamos en qué es lo que debe traer” (Entrevista Jefa Oficina OIRS Curicó, 2017).

Dentro del marco de la utilidad del folleto, pero esta vez referido particularmente a los usuarios, los entrevistados mencionan como elemento de apoyo y guía el material gráfico, idealmente este debiese contener una secuencia de los pasos necesarios de implementar para postular al subsidio, considerando el momento posterior a la adjudicación. Dentro de la secuencia de pasos, se menciona incluir cómo acceder a las reparticiones públicas que de una u otra manera se entrelazan para la obtención de documentos, certificados y similares. Sólo en el caso de la entrevista realizada en la ciudad de Santiago, se menciona como apoyo al folleto, pero con la misma finalidad, el uso de CDs de entrega directa o web, especialmente para grupos de usuarios jóvenes que se pudiesen sentir más cercanos a este tipo de plataforma informativa.

“Tener un manual más gráfico e ir indicando cómo se desarrolla el programa, cómo se selecciona, postula y finalmente cómo se aplica... Para que el usuario tenga en su poder el historial completo del proceso y no sentir que ellos van como avanzando de a poco, porque el usuario viene y nuestra primera atención es de información, después ellos se van y esperan el proceso de postulación y postulan, y quedan con la sensación de `ya y ahora qué hago`” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Santiago 2017).

“...Porque el usuario, en construcción de sitio, dice inscripción de sitio a nombre del postulante, pero después cuando vienen para acá es el dominio vigente, ya es una palabra distinta. Cuando dice certificado de la Conadi en caso de tierras indígenas, la gran mayoría no sabe qué es eso ... Si yo le hablo de usufructo de derecho a nombre del postulante, la persona no lo entiende” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Curicó 2017).

“...es una herramienta que simplifica el proceso de postulación y ayuda a que el usuario sepa que esto es un proceso y no porque vino y reunió la plata significa que se ganó el subsidio. Es necesario que comprendan que, aunque cumplan con todos los requisitos, pueden no salir seleccionados y tienen que volver a postular” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Santiago 2017).

En cuanto a los contenidos ideales a ser mencionados y explicados en el material gráfico, los entrevistados coinciden en tres aspectos: a) profundidad de los temas, puesto que éstas están delimitadas por protocolos de atención, los entrevistados no agregan en su relato mayor cuestionamiento o análisis, declarando sólo que se profundiza en aquellos aspectos que representan mayor interés o dificultad para el usuario, situación que se enfrentaría caso a caso. b) Se considera que la profundidad temática del folleto actual es adecuada y que en caso de requerir una modificación, esta debiera considerar el mostrar el continuo o los pasos a seguir para llegar al proceso de postulación, incluyendo el resultado del concurso anual y c) El material además cumple con la función de respaldar lo dicho por el funcionario, pudiendo incluso, registrar en el folleto, el nombre del funcionario, en caso de presentarse alguna queja posterior de parte del usuario.

Anexo a ello, los entrevistados consideran relevante sugerir, como rango ideal, que el funcionario OIRS posea características étnicas similares al grupo principal de usuarios, a fin de potenciar las relaciones de confianza y credibilidad entre las partes.

### *Aspectos de Mejora*

Dentro de las áreas de mejora, es decir, aquellos aspectos del folleto que muestran mayores debilidades para su uso con usuarios, los entrevistados mencionan con unanimidad la complejidad de la terminología que es propia del nivel ministerial.

Al explicar el significado de la complejidad, se observa que con ello se refieren al uso de cálculos matemáticos, unidades monetarias y conceptos que podrían tender al uso técnico relacionado con ponderaciones y porcentajes. Concuerdan además los entrevistados, al señalar que estas dificultades se agudizan en zonas rurales o en población analfabeta o con desuso del vocabulario. No existe acuerdo respecto de otra tipificación frente a qué población tendría las mayores dificultades de comprensión. Sin duda alguna, dentro de los temas que concitan a mayor complejidad y dificultad al momento de la comprensión, están el concepto y la variabilidad de la unidad de fomento, la explicativa acerca de los tramos de ponderación, el concepto de subsidio y su nexos con el tema del ahorro. Desde estos

puntos de análisis, el área de mejora radica, por una parte, en la necesidad de revisar nuevas formas de comunicar la información clave o central respecto del sistema de postulación y adjudicación a subsidios para viviendas otorgados por el Estado. Y por otra, bajo la idea de analizar e incluir o considerar factores sociodemográficos de cada zona del país.

“Muchas de las familias que atendemos les cuesta la comprensión... (el folleto)..es de difícil lectura, hay cálculos y fórmulas que no las van a comprender en una primera instancia y hay muchas familias que tienen que venir miles de veces para poder entender ese tipo de fórmulas o terminologías lo ideal es que sea más sencillo” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Angol, 2017).

“Pero a veces las personas no entienden que, en un subsidio, no necesitan un año de antigüedad, y el otro sí necesita un año de antigüedad, entonces al final es tanta la información, que el usuario se confunde” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Curicó, 2017)

“Nosotros como ministerio tenemos muchas siglas y muchos términos muy técnicos, demasiado técnico que les dificulta a la gente, incluso hasta los jóvenes igual que uno piensa que son de rápida lectura y comprensión” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Temuco, 2017)

Otro de los ítems que podrían considerarse como aspectos para revisar y evaluar su posible inserción en la folletería nacional, tiene que ver con la personalización de los folletos que se entregan a cada usuario, implica contar con un espacio (dentro del mismo folleto) para registrar el motivo de consulta, quién fue el funcionario que lo atención y la fecha, como alternativas posibles; esto podría aportar al orden y la recordación precisa de la información. Esta impresión aporta además -según lo señalado- generando vínculos más estrechos y cierta personalización que podría fortalecer los lazos entre usuario y servicio.

“(esta información que entregamos) además está personalizada. Porque primero va la fecha de atención, el día que la persona vino a buscar la información; y acá se indica el porcentaje del registro social en que se encuentra. Esto es un refuerzo respecto de si la persona está orientada a este programa, hay un por qué. Y además esta cartilla se timbra por el funcionario, la persona que lo atendió y que se hace responsable de la información entregada” (Entrevista Jefe Oficina OIRS Concepción, 2017)

Derivado del punto anterior, se mencionan aspectos que podrían incorporarse para mejorar la calidad del material gráfico de tiraje nacional, sea por su contenido o por la

forma en la que se muestra dicho contenido. En estos casos, las observaciones apuntan a fortalecer el ámbito referido a la información de detalles que consideren el producto a entregar y de forma destacable el proceso o el “paso a paso” para llevar a buen término la gestión. Desde este ángulo, se engrandece la postura en favor de procesos que permitan gestionar la demanda y cubrir la multiplicidad de expectativas que podrían verse involucradas al momento de llevar a cabo las primeras consultas y posteriormente la postulación.

“No hemos recibido ni un reclamo ni una felicitación, pero la conformidad siempre ha estado. Yo creo que es un buen material, pero podría ser mejorado.” (Entrevista Jefa Oficina OIRS Melipilla 2017)

En cuanto a mejoras para engrandecer el folleto local o regional, las entrevistadas coinciden en decir que la calidad del material debiese mejorar. No se registran sugerencias o ideas acerca de la utilización de instrumentos metodológicos o técnicos para evaluar y así pulir los contenidos, la profundidad temática o la forma en que ellos se muestran, a fin de entregar una mejor propuesta a la ciudadanía. Las posibles evaluaciones que se puedan estar llevando a cabo como parte del perfeccionamiento de dicho material, quedan fuera del alcance de esta investigación. Procede además aclarar que la oficina de Melipilla, declaró durante la entrevista no poseer folletería local. “No existe un folleto específico. Yo creo que como algunas cosas externas como aportar desde sus propias folleterías, pero de nosotros no. Solamente trabajamos con la folletería que nos manda la mesa central” (Entrevista Jefa Oficina OIRS Melipilla 2017)

## 4.2 Grupo Interesados

El grupo objetivo de análisis denominado Interesados, compuesto por los usuarios de la OIRS para las localidades de Temuco, Angol, Concepción, Curicó, Melipilla y Santiago; fue entrevistado siguiendo la modalidad de grupo focal. Este método de levantamiento de la información tuvo la dificultad de convocatoria previsible para los casos de citación abierta y espontánea sin previo aviso o previa explicativa del asunto; por tanto, la fase de contactación e invitación se llevó a cabo dentro de las dependencias del servicio y considerando a quienes asistían por la necesidad de información o aclaratoria. Esta toma de entrevistados tuvo como elemento de aporte, que se constituye como un discurso fresco y con interés manifiesto en la temática.

La estructura de la entrevista contempló cuatro ejes y cuatro indicadores discursivos. En



ellos se buscó conocer la opinión acerca de un pool de aspectos de las piezas gráficas: características y condiciones sobresalientes, afectación del diseño del folleto en la comprensión de la información, aspectos que consideren identificación del usuario con el material y sugerencias de acomodo.

Vale mencionar que en el inicio del estudio, se pensó en considerar la variable recordación de la pieza como un elemento central del análisis; sin embargo y en gran medida debido a la dificultad para convencer a los usuarios a que participasen de la sesión focal, se opta por mostrar al inicio de la sesión la folletería y establecer la conversación desde ese foco.

Iniciando el diálogo, los entrevistados muestran como generalidad, una opinión muy favorable hacia la calidad del folleto de tiraje nacional, especialmente en lo referido a calidad del papel, impresión y diseño. Además, presentan un discurso favorable en tanto declaran que la presentación de los conceptos y la línea explicativa es aclaratoria y funcional.

Si bien los datos arrojados por los asistentes son en tendencia favorable al folleto, se sugiere profundizar en esto, puesto que, la cuota de asistentes a los grupos focales pudiese no ser del todo consistente en cuanto a clase y pertenencia. Es decir, la recomendación se dirige a realizar nuevos grupos focales a interesados que cuenten con una segmentación más compleja y un mayor de número de relatos a analizar (por ej. personas mayores de 50 años, habitantes de zona rural)

Al indagar acerca de la percepción general que los entrevistados muestran sobre el folleto entregado por el nivel central, se observa también que el material se percibe como una herramienta de ayuda para comprender la dimensionalidad de la entrega de subsidios. Se le aprecia como un material que presta ayuda para resolver dudas y comprender la información. El análisis de las opiniones no es contundente como para definir si la suficiencia o relevancia de la información es la adecuada. Vale mencionar que ninguno de los entrevistados citó o distinguió alguna información que fuese inapropiada o que no debiese estar escrita en el folleto.

“Bueno a mí me llamó la atención con la claridad que dan a entender los requisitos para postular a muchos beneficios que entrega el programa” (Grupo Focal Interesados Angol 2017).

“Que entrega información acerca de lo que uno está solicitando, que requisitos hay que tener para postular, los periodos, tal vez lo que faltaría es que cuando entregan la



información acerca de la unidad de fomento esté convertida al peso porque no todos tienen el conocimiento acerca de cuanto es el valor de la unidad de fomento.” (Grupo Focal Interesados Temuco 2017).

Tal como lo muestran los extractos de entrevista, algunas de las personas entrevistadas reparan en la dificultad para comprender el significado y el uso de cierta terminología técnica, dentro de las que mencionan la unidad de fomento, se evidencia su complejidad en cuanto al cálculo y el significado y la finalidad de la misma; tramo, subsidio, y decreto. En general, la postura de los usuarios acerca del tipo de lenguaje empleado en el folleto, coincide al desear que el lenguaje sea sin tecnicismos y preciso.

“Que no sea de una forma técnica ya que el usuario común no es técnico muchas personas no son profesionales entonces dicen una palabra cualquiera y no la asocian, paso a paso seguir, se ve claro, corto, conciso” (Grupo Focal Interesados Santiago 2017).

Además y junto con las observaciones a la precisión y simpleza del lenguaje, los entrevistados opinan acerca de la gráfica empleada. Aportan datos positivos hacia el uso del color, la ilustración y la diagramación en formato de esquemas o ramales. En general el uso del color en el folleto nacional es muy bien evaluado, destacando la brillantez y la variedad de los mismos. Sin lugar a dudas, los entrevistados coinciden en el gusto por la imagen o el recurso ilustrado o fotográfico, en parte por la belleza que imprime al texto y en parte porque favorece la comprensión especialmente cuando el lector muestra dificultades en habilidades de lecto escritura. Junto a ello, se mencionan característica de manipulación favorables, condición que se percibe como un acercamiento de la información y el servicio hacia la comunidad. “Hasta los números de teléfono se ven notables si ahí no es con esa letra pequeña que a veces ocupan” (Grupo Focal Interesados Santiago 2017).

“para mí es muy práctico abrir esto... voy enfocado y es claro y conciso, es decir no le hago perder el tiempo a nadie con preguntas... prácticamente eso, es todo muy exacto” (Grupo Focal Interesados Santiago 2017).

“es más vistoso, es más llamativo, para verlo. Sobre todo cuando hay fotitos, así...Imagínese ese mismo, con diagramas y cosas. Alguien que no sabe leer y ve esto, sabría más o menos a qué se refiere. Llama la atención más la portada. Uno va derecho a lo que más llama la atención, a lo más vistoso.” (Grupo Focal Interesados Concepción 2017).

“A mí me parecieron bien, con las imágenes se entiende más. Hace un momento yo lo dije, podemos leer, pero no comprendemos hay algunos que se fijan en el dibujo. Entonces a lo mejor falta información como para la diversidad. yo creo que en la televisión o cuando uno se acerca aquí la imagen habla por sí sola... de que de todas maneras comprendemos a través de las imágenes” (Grupo Focal Interesados Melipilla 2017).

En cuanto a la identificación del material gráfico con el propio rol como usuarios, los entrevistados manifiestan en tendencia comodidad y cercanía con la forma de presentar la información, destacan en esta mirada las impresiones favorables hacia la foto familiar y la de la casa. Vale mencionar que esta suerte de identificación con el folleto no sólo se consigue con el recurso fotográfico o con el verso; sino que también con la calidad del material, ya que esto -según los entrevistados- se podría relacionar con una mirada al cuidado y la atención o el interés por agradar a otro, en este caso, el afán del servicio y sus funcionarios por consolidar una práctica de consideración y respeto.

“Por la imagen, uno piensa que ya se adjudicaron la vivienda, imaginación mía, que ellos deben estar felices porque ellos ya recibieron su casita; el niño chico, la señora embarazada, con tres alegrías. Imaginación.” (Grupo Focal Interesados Concepción 2017).

“La “destacación” es lo importante, esa es la buena atención porque no se le va a olvidar a uno. El material que venga, que venga tan legible como está, no sé qué más le van mejorar” (Grupo Focal Interesados Melipilla 2017).

También, se les preguntó a los usuarios por las sugerencias que entregaría para fortalecer la comunicación vía material gráfico. A lo que agregan sugerencias similares entre un grupo y otro, básicamente éstas se despliegan entre el mayor uso de color, fotografías de personas y casas y en algunos casos se menciona la búsqueda de una línea gráfica y creativa que guarde relación con características geográficas de la zona.

“Una familia con sus niños y también entra en el dibujo según si queremos ver a lo mejor una flor o algo que esté relacionado con la casa, el dibujo hace mucho también” (Grupo Focal Interesados Melipilla 2017).

En la comparativa entre el material de elaboración a nivel central y el de elaboración regional, se vislumbran apreciaciones interesantes de analizar. Si bien se sugiere continuar en esta línea de indagaciones, se puede decir que el folleto de producción local les resulta de mayor aporte ya que desagrega y explica detalles acerca de montos, posibilidades de subsidio y otros similares. Entienden este folleto como un documento que recoge de

mejor medida y con mayor profundidad sus propias particularidades, esto también les evita confusiones relacionadas a la mención de ciudades de otras zonas del país.

“acá (folleto nacional) me enredo porque sale región de Los Lagos, que es nada que ver a donde estamos nosotros. Y claro, es más específico, todo lo que se necesita en una sola hoja” (Grupo Focal Interesados Curicó 2017).

Finalmente, algunos de los asistentes mencionan ciertos aspectos que apuntan a considerar de manera especial a población que presente alguna dificultad sensorial para leer o comprender la información, apuntando a la elaboración de material público de mayor inclusión.

“Es un material fácil de leerlo, lo único si es que debería ser más grande la letra porque hay gente que es más corta de vista y que sean también para la gente que tiene problemas a la vista, con braille sería muy necesario porque aquí viene mucha gente y generalmente se les lee” (Grupo Focal Interesados Melipilla 2017).

Se le otorga al folleto un valor adicional que se desprende de su buena calidad de manufactura y la posibilidad que esto trae de prolongar su uso más allá de la lectura que el interesado pueda darle. Esto porque se le asigna una propiedad de reproductor de la información para la familia o para otras personas que estén interesados en su lectura.

A pesar de plantearse muy cómodos con el material gráfico, en su mayoría los entrevistados plantean espontáneamente la importancia de la sesión informativa cara cara con el funcionario. Demostrando con esto y de forma reiterada, la importancia del actuar del funcionario, no sólo como un vehículo portador de noticias, sino también como agente contenedor y gestor de vínculos.

“Esto (el folleto) es fundamental para un comienzo de lo que uno vaya a hacer acá... Después, con la información que uno adquiere en los módulos atendido por una señorita, vamos a quedar más claros” (Grupo Focal Interesados Concepción 2017).

Sólo el grupo de Santiago, de forma inmediata anexa a este diálogo su opinión acerca de la Web como herramienta para profundizar o aclarar la información entregada. Si bien esta impresión forma parte del diálogo que se rescató del análisis de las entrevistas focales, no se cuenta con un discurso de recurrencia o mayor peso, ya que responde sólo al diálogo de una entrevista. Se sugiere por tanto indagar especialmente en lo referido con digitalización y plataformas para el flujo de la información.

“acá está, lo puedo hacer de mi casa, lo puedo hacer por internet y tal fecha me va a llamar una señorita: don Carlos sabe que a usted le vamos a dar hora para atenderlo el día X, ¿puede?, “ok” entonces está agendada su hora, eso sería un buen sistema” (Grupo Focal Interesados Santiago 2017).

En síntesis, el grupo de los usuarios requiere contar con mayores precisiones de medición, especialmente se propone insistir en mediciones de satisfacción usuaria y percepción colaborativa entre usuario + política pública + servicio. Idealmente se plantea en realizar correcciones con una segmentación que incluya a los diferentes grupos etarios, geográficos

### 4.3 Grupo Creadores

El grupo de creadores se analizó considerando cuatro ejes discursivos, el primero de ellos tiene como puntos de análisis las impresiones que versan sobre conocimiento general del folleto, identificando los documentos y materiales empleados para la difusión del programa. Un siguiente eje busca conocer la opinión acerca del objetivo central del material que se entrega a las personas, luego el eje de la identidad para conocer si el material ha sido creado para cumplir con la obligación de generarlo o cumple con la misión de favorecer a los usuarios en sus requerimiento de información y finalmente, las preguntas que permiten Levantar expectativas y aportes que puedan permitir mejorar la información entregada, tanto desde la perspectiva gráfica como en el quien es el centro del relato (la norma o el ciudadano).

Un primer aspecto que se ha de mencionar es que este grupo estuvo compuesto por un grupo de personas de diversa procedencia, especialmente aquel conformado por la DPH. Esto se configura como un elemento distractor al realizar el análisis, ya que se sanciona desfavorablemente la condición de homogeneidad de las partes. Vale esta mención como parte de las incidencias del análisis.

Como parte del inicio de la conversación, se plantea la idea fuerza de la creación del folleto en una acción dinámica, de continuo análisis y mejora, en un proceso que definen como de optimización de la información que se selecciona como parte del material gráfico. Se destaca de esta postura la acción situacional de la creación del material, es decir, la consideración explícita a la necesidad del usuario final; la apertura frente al cambio y los esfuerzos por acondicionar el mensaje a la audiencia objetivo. Esta perspectiva otorga

poder e importancia al proceso de escucha y contacto con el usuario, a fin de recolectar sus impresiones y traducirlas en el folleto. Es posible pensar que en el análisis comparativo, este ha sido un factor de mejora. Este dato es parte de las sugerencias o los pendientes a evaluar.

“cuando vamos a terreno, ahí uno se da cuenta que información es la importante y ahí te percatas de qué es lo que más pregunta la gente, que es lo relevante, entonces hemos ido incorporando cosas y hemos ido optimizando la información” (Grupo Focal Creadores funcionarios DPH 2017).

“la verdad es que ahora es una información que va en distintos niveles y es como súper general a un tema mucho más específico que ahí vamos avanzando”(Grupo Focal Creadores funcionarios DPH 2017).

“he visto Expo Vivienda. Y más allá de un stand de entrega de información, se hacen muchas charlas. Y ahí yo también he visto cómo la gente se acerca mucho a las charlas. Ahí queda en evidencia que el tema verbal es mucho más potente que el tema en un papel” (Entrevista Comunicaciones 2017).

El aspecto de la adecuación mensaje-audiencia, también ha de ser entendido como una relación que se construye, según el relato de los entrevistados, desde una visión o mirada intuitiva y aleatoria respecto de la opinión del usuario, perspectiva que se desarrolla alejada del contacto directo casual o programado. Vale mencionar que sólo el entrevistado de la SIAC, citó de forma explícita su cercanía e interés por conocer de primera fuente la impresión de los usuarios respecto del material gráfico.

Respecto de la opinión que este grupo de entrevistados tiene acerca del rol o la función del folleto, se obtienen similares resultados a los citados anteriormente, los entrevistados no logran construir un único discurso que permita concluir de forma prudente. Destaca dentro de lo planteado, la visión acerca del rol informativo y como herramienta de apoyo a las acciones que desarrolla el ministerio, al respecto se describe como un vehiculizador de la política habitacional. Este planteamiento es, tal vez, aquel que concita una mayor recurrencia de opinión entre las personas que fueron entrevistadas. En síntesis, el folleto se valora como informativo, desagregado en dos ramas: a) cómo acceder al subsidio y b) qué hacer una vez adjudicado y, por otra, como apoyo al desarrollo de objetivos institucionales y cumplimiento de metas, con un guión que rescate los avances, la multicanalidad de acceso a la información y las historias significativas que inviten a llevar a cabo el proceso de postulación en cuestión.

“entregar información a nuestros potenciales postulantes o que manifiestan una necesidad habitacional y que requieren de un aporte del Estado para poder dar con esa solución habitacional, entonces es poder dar cuenta de requisitos, impedimentos, tipos de soluciones habitacionales y el tipo de subsidio...ósea como nuestros programas en general” (Grupo Focal Creadores DPH 2017).

“Información. Es informar a la ciudadanía de cómo pueden postular a los programas de subsidios” (Entrevista Creadores Comunicaciones 2017).

Profundizando acerca de la forma en que se elaboran o procesan los contenidos del folleto, los entrevistados también muestran apreciaciones diversas. En cuanto a la folletería de elaboración regional, los entrevistados que aportan en este tema declaran una respuesta basada, principalmente, en la suposición, y que refiere a un contenido que busca dar respuesta a aquellas interrogantes que los usuarios plantean de forma frecuente en la oficina OIRS.

En cuanto al proceso de elaboración de los contenidos, para la entrevistada del área comunicaciones, este proceso se inicia claramente por una norma legal, se continúa con tareas de actualización de contenidos siguiendo siempre una línea mandatoria de tipo legal (decreto), concluye el proceso con la toma de la idea creativa y el subsecuente diseño de la pieza. La toma de decisiones está ausente de toda esta línea de producción, sólo surge en parte al proponer estándares de diseño. “El decreto se aprueba, y sólo cuando el decreto está aprobado, nos dan el vamos para poder actualizar esta información” (Entrevista Creadores Comunicación 2017). Otra parte de los entrevistados reconoce no saber cómo se ejecuta este proceso, y otra se limita a la entrega de la visación para el contenido gráfico.

“hecho ya una propuesta de los contenidos básicos en este lenguaje ciudadano y ahí se va revisando y también un poco lo que decías tú también he escuchado de que la letra que el tamaño que esto debe ir en un asterisco en una notita abajo y no desarrollarlo tanto arriba” (Grupo Focal Creadores DPH 2017)

En el relato de la SIAC se observa que la elección del contenido deriva de una cartilla institucional que cumple una suerte de función matriz, como una de las resultantes, se ideó la utilización de ilustraciones, a fin de amenizar la lectura y facilitarla. El objetivo para este entrevistado es emplear un lenguaje breve y preciso.

Para la entrevistada de comunicaciones, el fin de su actividad en este tema es el cumplimiento con un objetivo comunicacional, mas no reconocer coincidencias o concordancias con el objetivo de la elaboración del folleto.

Por tanto, la elaboración del relato es un set de datos prácticos y precisos dados y que no permite modificaciones o cambios.

Respecto de recomendaciones o sugerencias que haría para este folleto como parte de constituir la línea de producción del mismo y luego de su experiencia en este proceso, la entrevistada propone de forma continua la concreción o precisión del discurso y el texto. Y por otra parte propone estudiar la brecha ministerio-ciudadano y aprovechar esta pieza para dar respuesta a las interrogantes que el usuario pudiese tener de las acciones del sector público.

Respecto de la visión acerca de la línea editorial del folleto, se dan posturas diversas, por una parte se le asigna gran parte de la responsabilidad del relato a la DPH, departamento en el que reconoce la cercanía con el usuario y sus necesidades. Desde este prisma, se muestra cómo en ciertas oportunidades, los contenidos han sido sugeridos por las jefaturas de las distintas oficinas OIRS, hecho que se valora positivamente. Por otra, se habla de una línea editorial que intenta elaborar un relato basado en la sencillez del lenguaje a fin de alcanzar a una mayor cobertura de usuarios, desde este punto de análisis, es posible argumentar que la mirada “desde el usuario” es una tendencia para este grupo. Tal vez, y en búsqueda de la mejora permanente, aplique acá conocer en detalle cuál es el mejor lenguaje o qué tan concreto este debe ser para satisfacer la demanda usuaria.

“Yo creo que el lenguaje siempre se puede simplificar más” (Entrevista Creadores Comunicación 2017).

“La lógica es que sea lo más concreto posible y que tenga la menor cantidad de palabras y que no dé pie a más preguntas” (Entrevista Creadores SIAC 2017).

Otra de las sugerencias que se desprende de estas entrevistas en la elaboración de un folleto regional o zonal, folleto que debiese ser construido en un proceso de entrevistas formales, basadas en la información transparente y de confianza a fin de registrar las apreciaciones reales de los funcionarios que se desempeñan a lo largo del país. “tienen que hacer un material que sea pertinente territorialmente hablando” (Entrevista Creadores SIAC 2017). Junto a ello, se muestran dos alternativas para la elaboración de los contenidos, por una parte el empleo de ilustraciones que agilicen la lectura y aporten a

una comprensión más directa y motivante. Por otro lado, se muestra la necesidad de incluir a visión y opinión de los usuarios para responder al ¿cómo podemos comprender de mejor manera los pasos para postular a un subsidio?. Finalmente plantearse la posibilidad de dar variedad a los canales informativos con la ciudadanía, y emplear videos, u otras plataformas de internet, considerando aquellas formas que permitan a personas con impedimentos físicos el acceso igualitario a la información.

“reducir el texto, poner más imágenes, darle un diseño un poco más ilustrativo al mismo folleto y apoyarse en nuestras plataformas... más ilustraciones, yo creo que las ilustraciones ... quizás un “comic” puede ser mucho más explicativo” (Entrevista Creadores SIAC 2017).

Generar procesos de involucramiento cruzado entre los distintos integrantes del proceso y por ende entre distintos modos de construir un relato, también se muestra como un espacio de avance y recomendación. Situación que además se plantea para el ámbito del monitoreo y la evaluación multifuncional, dirigiendo procesos de retroalimentación con los actores involucrados con los usuarios, por ejemplo, municipios, oficinas comunitarias y otros servicios gubernamentales.

“Yo creo que acá hay que involucrar muchos actores que son estratégicos de partida el usuario final, pero hay otros actores que tienen que decirnos algo y que están en la relación intermedia como los gobiernos locales, municipios como por ejemplo dirigentes, juntas de vecinos, otros organismos del estado” (Entrevista Creadores SIAC 2017)

#### 4.4 Recomendaciones

##### *Grupo de Traductores*

- a) Considerando los estándares propios de la digitalización y la economía colaborativa, se sugiere indagar en la visión que tiene el usuario respecto del Ministerio, a través del canal informativo Oirs y con las herramientas gráficas que esta emplea. Se deja entrever a lo largo de los análisis que cobra sentido toda práctica que muestre al usuario cuan atento o pre ocupado está el Estado de cada persona. Cuán atento está de mirar y hablar desde el mismo lenguaje o vocablo de cada grupo de personas, y cómo se acerca a cada entorno y resuelve cada necesidad y cada problemática; en resumen investigar para conocer cómo el usuario está elaborando o percibiendo las relaciones de eficiencia y confianza entre el mismo y la política habitacional.



- b) Implementar o favorecer la elaboración de material regional o local, que contemple los mismos estándares de calidad con que cuenta la folletería nacional. Dentro de la elaboración de folletería regional, considerar la elaboración local como parte de las funciones declaradas para los funcionarios, a fin de incluirlas como parte de la gestión que les corresponde. En caso de requerirlo, y respecto de la edición gráfica final del folleto, se sugiere contar con el apoyo funcional de los equipos de diseño del nivel central, ello a fin de mantener estándares gráficos corporativos de marca y logotipo.
- c) Promover y apoyar la toma de decisiones a nivel familiar. Dado que este estudio ha sugerido que la toma de decisiones es un proceso que el usuario realizar de forma colectiva. Gestionar este actor múltiple como un sujeto deseable de análisis e intervención.
- d) Implementar un sistema de evaluación que considere medir la percepción y opinión que el usuario tiene acerca del material gráfico y la forma que emplean los funcionarios OIRS para explicar la información solicitada.
- e) Acomodar los criterios informativos contenidos en la página Web, siguiendo el estándar empleado en la folletería, a fin de evitar mensajes diferentes entre un medio comunicacional y otro. Es decir, aplicar a la multicanalidad informacional, como estructura en favor de la integración de diferentes grupo y culturas.

### *Grupo de Interesados*

- a) En cuanto a la gráfica, se sugiere emplear tipología a tamaño grande e imágenes de personas reales en diversidad de condición y conformando parte de los distintos tipos de familias que pueden acceder al subsidio. Considera la explicación de los pasos a seguir y otros temas de interés también empleando ilustraciones y simbolismo.
- b) Consideración e inclusión del funcionario OIRS, ello con el objetivo de conformar una dinámica que permita evaluar de forma permanente la disposición para explicar reiterativamente la información contenida en el folleto y otra que pueda resultar necesaria de conocer.
- c) Se sugiere disponer de la folletería en instancias comunitarias como municipios, juntas vecinales, consultorios, etc. A fin de acercar la información a las personas desde distintos entornos y encausando el flujo informativo desde la mirada del Estado hacia las diversas composiciones sociales de contacto, contención y apoyo comunitario.
- d) Usabilidad de la tecnología digital para el acceso a la información. Ello por medio del envío de la información al domicilio, especialmente en los casos de personas

que se han registrado en OIRS y han iniciado el proceso de consulta.

### *Grupo Creadores*

- a) Establecer una práctica unificada a nivel nacional acerca de la forma en la que se comunica al usuario la información contenida en el folleto. Ello a fin de optimizar el relato del folleto, complementar la función informativa y, por qué no decirlo, formadora que se construye en la dupla funcionario-folleto. Se recomienda la elaboración de un protocolo que aclare datos y asigne los énfasis requeridos previo análisis de la demanda.
- b) Continuar estableciendo relaciones de medición y seguimiento permanente respecto de los contenidos del folleto. Fortalecer la relación con los usuarios finales por medio de este punto.
- c) Respecto del grupo objetivo, Considerar la variable migraciones como elemento de análisis para la elaboración de los folletos, destacando las particularidades culturales, idiomáticas y la visualización de la expectativa de vida y de la necesidad de logro y proyección.

### *Otras Recomendaciones*

- a) Realizar un proceso de evaluación del material gráfico, segmentando a la población de usuarios, a fin de distinguir posibles semejanzas o distinciones entre los tipos de personas que postulan al subsidio o que se acercan a generar el proceso de consulta.
- b) Implementar rediseño especialmente dirigido a población adulto mayor o a quienes puedan tener dificultades de lecto-escritura. Para ello se recomienda el uso de símbolos guías y segmentación de lo escrito en el folleto a fin de facilitar la secuencia de lectura junto con la comprensión.
- c) Respecto a la forma gramatical se sugiere el uso del lenguaje instruccional, directivo, empleando formas verbales infinitivas.
- d) Indagar de forma profunda en el sentido del relato. Se sugiere llevar a cabo un análisis lingüístico de la sintaxis a fin de conocer la ubicación y el desplazamiento que los conceptos sufren a lo largo del texto.
- e) Respecto a la inclusión del canal regional, se sugiere analizar y motivar la elaboración del folleto regional, a fin de destacar y subrayar las particularidades socio demográficas del país y poner sobre la discusión alguna relación entre la decisión de postular, el proceso y la propuesta arquitectónica que ofrece el servicio público.

