

“Procesos de construcción de identidad en el trabajo en el Chile actual: El caso de los trabajadores de tienda de grandes empresas del Retail. Aportes empíricos y conceptuales al debate sobre trabajo e identidad en América Latina.”

Resumen del proyecto:

El **objetivo general** de este proyecto es describir y comprender los procesos de construcción de identidades laborales de los trabajadores/as de tienda de grandes empresas del retail en Santiago de Chile, contribuyendo a la identificación y elucidación conceptual de las principales dimensiones que participan e inciden en los procesos de construcción de identidad en el trabajo en la actual sociedad chilena. El proyecto da continuidad a **una línea de investigación** orientada a analizar los procesos identitarios de los trabajadores en el Chile actual, en el contexto de los procesos de reestructuración productiva, modernización empresarial y cambio cultural ocurridos en el país en las últimas tres décadas.

En ese marco, resulta **relevante** estudiar el caso de los trabajadores de las tiendas (supermercados, tiendas por departamento y tiendas para el mejoramiento del hogar) de las grandes y modernizadas empresas de la industria del retail en Chile. Un sector que a pesar de su importancia en el país –en términos de crecimiento, generación de empleo, innovación tecnológica, reorganización empresarial, inserción masiva de fuerza de trabajo femenina, utilización de diversas estrategias de flexibilización organizacional, conflictividad capital-trabajo- no ha sido estudiado en profundidad por las Ciencias Sociales.

El proyecto se inscribe en una **perspectiva crítico-interpretativa** de investigación (J.B. Thompson) y utiliza **el concepto de “identidad laboral”** como categoría analítica para el estudio de los procesos de construcción de identidad en el trabajo. Se define a la identidad laboral –siguiendo a Dubar como una producción simbólica articulada narrativamente (narrativa identitaria) que expresa el particular modo en que un trabajador interpreta su experiencia laboral, la dota de sentido y se define a sí mismo como un actor singular al interior de un particular contexto de trabajo. A partir del análisis de las narrativas identitarias –lo que exige reconstruir el contexto tecno-socio-productivo en que se insertan los trabajadores, sus trayectos biográficos previos, su participación en otros mundos sociales y sus anclajes socio-estructurales (género, generación, clase)- es posible reconstruir inductivamente los tipos de identidad laboral (perfiles identitarios) característicos de particulares colectivos de trabajadores y/o contextos de trabajo. Estos dan cuenta, en forma estilizada y en un nivel mayor de

abstracción y generalización, de modalidades prototípicas, colectivamente compartidas, de narrar e interpretar la experiencia laboral.

Se propone un **diseño metodológico** cualitativo y el uso de un enfoque teóricometodológico narrativo. Se utilizará una muestra no probabilística de tipo intencional opinático, estratificada según criterios de edad y sexo, y según la pertenencia a cuatro grupos de trabajadores que expresan la heterogeneidad sociolaboral de las tiendas del retail: (i) operarios, vendedores y empleados de servicio al cliente directamente contratados por la empresa, (ii) trabajadores subcontractados de aseo y vigilancia, (iii) Supervisores y jefaturas intermedias y (iv) gerentes de tienda.

Se llevarán a cabo **72 entrevistas narrativas** a trabajadores, las cuales serán complementadas con una ficha sociodemográfica; a su vez, se realizarán **6 entrevistas semi-estructuradas a informantes claves** expertos en el sector del retail en Chile. Los relatos de los trabajadores serán sometidos a un **análisis narrativo** (Lieblich & Tuval-Mashiach, 1998). Las **entrevistas de los informantes claves** serán sometidas a un análisis cualitativo de contenido (Ruíz, 2003). Con posterioridad al análisis de cada una de las narrativas se procederá a construir un **modelo interpretativo** que ofrezca una descripción densa y una interpretación integral de los procesos de construcción de identidad de los diferentes trabajadores de las tiendas del retail, dando cuenta de los perfiles identitarios reconstruidos y de los procesos, mecanismos y dinámicas -relativas a los sujetos, al contexto tecno-socio-productivo de las tiendas y al marco sociocultural macro de la sociedad chilena- que permiten entender su emergencia y estabilización en dicho espacio laboral. A la luz de dicho modelo interpretativo se procederá a **identificar y precisar conceptualmente aquellas dimensiones** que aparecen como especialmente relevantes de considerar en el estudio de los procesos de construcción de identidad en el trabajo en la actual sociedad chilena.